UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA

**DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS
SOCIALES**

INFORME FINAL

**PROYECTO DE INVESTIGACION
IDEOLOGIA, CRÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

2000-2001

EQUIPO DE INVESTIGACION

RICARDO ETCHEGARAY (DIR)

PABLO A. GARCIA

SILVIA CHORROARIN

ANDREA PAC

PABLO ERRAMOUSPE

JOSE MARIA ÑANCO

INTRODUCCIÓN

Esta investigación es una continuación y profundización de dos investigaciones anteriores realizadas dentro de este Programa durante los años 1996-97 y 1998-99. En ellas se planteó el problema de la relación entre las categorías de dominación e ideología y los medios de comunicación.

En la primera de las investigaciones se alcanzaron algunas conclusiones que pueden resumirse en los siguientes puntos: 1) el campo comunicacional es abierto; esto implica aceptar que no existe una teoría unificada del campo comunicacional y que tal cuestión resulta una aspiración de improbable cumplimiento; 2) los saberes que en él inciden suponen de hecho una concepción transversal de la teoría comunicacional en la que las más diversas disciplinas deben decir su palabra; 3) los sujetos que irrumpen en los medios implican una diversidad étnica, cultural y social; 4) es necesario reconocer que dichos sujetos llegan a las instancias mediáticas con una historia que los posiciona de un modo propio; 5) los proyectos que esos sujetos desarrollan se expresan sólo parcialmente en los medios; 6) los lenguajes con los que los medios ponen de manifiesto estos proyectos también poseen una historia previa y paralela a ellos; 7) dichos lenguajes suelen ser más complejos de lo que nuestras herramientas teóricas permiten decodificar; 8) las lógicas mediáticas remiten a instancias extramediáticas (no sólo aquellas internas a los grupos empresariales y sus intereses políticos y económicos, sino también aquellas que, por ejemplo, reflejan demandas de quienes consumen los medios); 9) los receptores resignifican los mensajes de acuerdo a sus propias estrategias de lectura (no hay desarrollos serios sobre la teoría de la recepción); 10) los géneros mediáticos no son algo fijo y unívoco, sino que están en constante proceso de mutación y, por otra parte, también cambian de acuerdo al receptor (un mismo tipo de emisión varía en su género de acuerdo a los intereses e inclinaciones de los distintos receptores); 11) el progreso técnico produce nuevas posibilidades que pueden ser explotadas en formas diversas y hasta antagónicas por quienes participan del proceso mediático; 12) es imposible decidir acerca del carácter dominante o no de los medios en general.

Partiendo de estos resultados, en la segunda investigación se analizó la relación entre la ideología y los medios de comunicación. Allí, luego de rastrear la historia de los significados del concepto de ideología, se llegó a las siguientes conclusiones: por encima de las oposiciones entre el concepto de ideología entendido como engaño y distorsión (significado de raigambre marxista), y el más genérico y neutro como conjunto de ideas rectoras de algunos sectores sociales, se pudo establecer que las diferentes significaciones se encuentran en niveles o planos distintos. En tal sentido, se destacaron diferentes perspectivas para abordar el concepto de ideología: (1) un plano ético-político, a partir del cual es posible considerar al discurso ideológico como bueno o malo, útil o inútil; (2) un plano ontológico, a partir del cual la ideología puede verse como un fenómeno negativo o positivo (en el primer caso, se privilegia la función engañosa y distorsionadora cumplida por el discurso; en el segundo, se considera fundamental la función de legitimación e integración social); de acuerdo al ámbito en el que se desarrolla, lo ideológico puede ser relativo a la conciencia y el pensamiento o a la realidad y la praxis social; desde una perspectiva epistemológica, la ideología es entendida como un discurso sofisticado (es decir falso, pero que pretende ser verdadero), en oposición al discurso científico, objetivo.

Continuando con esta línea de investigación, el presente proyecto se propone analizar una hipótesis particular sobre los medios de comunicación. Es «particular» en dos sentidos: porque es el trabajo de un autor en una obra particular el que focaliza nuestra investigación y

porque no se trata de todos los medios, sino centralmente de la televisión. Entre los muchos discursos sobre los medios de comunicación conocidos en la actualidad, el del cientista político Giovanni Sartori es relevante no sólo por su amplia difusión y por los antecedentes y reconocimiento académico del autor sino también porque sus tesis son retomadas en múltiples investigaciones científicas, docentes y periodísticas, ya que representan y cristalizan una orientación recurrente en las reflexiones sobre los medios de comunicación en general y sobre la televisión en particular. Tal es el caso de los trabajos de Beatriz Sarlo o de las reflexiones periodísticas de Fernando Savater cuyas posiciones se discutieron en las investigaciones anteriormente citadas. La obra de Sartori es utilizada como parte de la bibliografía básica en asignaturas de las carreras de Comunicación Social y Periodismo en diferentes universidades nacionales y privadas, en nuestro país y en el extranjero. Ésta es la razón por la que consideramos necesario realizar una crítica de sus hipótesis principales y de sus supuestos teóricos fundamentales, que nos liberen de los errores y de las afirmaciones infundadas. Como ya advertía John Stuart Mill a mediados del siglo XIX: "La libertad completa de contradecir y desaprobarnos nuestra opinión es la única condición que nos permite suponer su verdad en relación a fines prácticos; y un ser humano no conseguirá de ningún otro modo la seguridad racional de estar en lo cierto"¹. Somos seres falibles y la ciencia no puede aspirar más que a verdades provisionarias, pero podemos liberarnos de nuestros errores mediante la crítica racional. El mismo Mill sostiene un poco más adelante: "El hombre es capaz de rectificar sus errores por la discusión y por la experiencia. No solamente por la experiencia, ya que es necesaria la discusión para mostrar cómo debe ser interpretada la experiencia"². No casualmente recurre al concepto de interpretación ya que en él se encuentra el meollo del método crítico, como ha mostrado la hermenéutica contemporánea.

Siguiendo a Mill, el mismo Karl Popper ha sostenido que "si observamos estas ciencias [se refiere a las ciencias naturales] con detenimiento, descubrimos que no constan de conocimientos positivos y seguros, sino de hipótesis audaces, que nosotros corregimos constantemente e incluso eliminamos por completo con nuestra crítica rigurosa. De este modo nos vamos acercando paso a paso a la verdad. Pero no tenemos un conocimiento positivo y seguro, pues también hay un conocimiento hipotético. Y lo que hay, sobre todo, es un progreso científico, ya que la discusión crítica de nuestras hipótesis aquilata estas hipótesis, partiendo de la idea de que preferimos las que nos parecen más próximas de la verdad y que resisten mejor a nuestros intentos de contradecirlas"³. La discusión crítica de las hipótesis nos acerca a la verdad o, al menos, nos aleja de un error. Puesto que nuestras capacidades son finitas y falibles, nunca podemos estar completamente seguros de las verdades en las que creemos, pero cuanto mayor sea nuestro esfuerzo para ponerlas a prueba, mayor será la esperanza de acercamiento a algunos principios estables y permanentes.

Incluso una postura radical y exagerada, como la del epistemólogo popperiano Paul Feyerabend, coincide y acuerda con esta metodología: "Una de las consecuencias del pluralismo y la proliferación es que la estabilidad del conocimiento no puede ser garantizada por más tiempo. El apoyo que una teoría recibe de la observación puede ser muy convincente, sus categorías y principios básicos pueden aparecer bien fundados; el impacto de la experiencia misma puede estar extremadamente lleno de fuerza. Sin embargo, existe siempre la

¹ Mill, J. S.: *Sobre la libertad*, Madrid, Ediciones Orbis, 1985, p. 39.

² Mill, J. S.: 1985, p. 40.

³ Marcuse, H.-Popper, K.-Horkheimer, M.: *A la búsqueda del sentido*, Salamanca, Ediciones Sígueme, 1976, pp. 54-63.

posibilidad de que nuevas formas de pensamiento distribuyan las materias de un modo diferente y conduzcan a una transformación incluso de las impresiones más inmediatas que recibimos del mundo. Cuando consideramos esta posibilidad, podemos decir que el éxito duradero de nuestras categorías y la omnipresencia de determinado punto de vista no es un signo de excelencia ni una indicación de que la verdad ha sido por fin encontrada. Sino que es, más bien, la indicación de un fracaso de la razón para encontrar alternativas adecuadas que puedan utilizarse para trascender una etapa intermedia accidental de nuestro conocimiento. Advertir esto conduce a una actitud nueva respecto del éxito y de la estabilidad”⁴.

La hermenéutica filosófica ha desarrollado y fundamentado un método crítico mediado por el diálogo, la discusión de los prejuicios, la pregunta y el cuestionamiento de la tradición y (lo que Hans Gadamer ha llamado) «la conciencia histórico-efectual». La filosofía ha surgido y se ha desarrollado mediante el diálogo, es decir, a través de la conversación, de los discursos y del lenguaje. El diálogo con la filosofía o en filosofía es, además, inseparable de la referencia a una tradición y a una historia, y después de Hegel, Marx, Heidegger y Gadamer sabemos que nuestra conciencia y nuestro saber están inmersos en un mundo histórico, es decir, finito y contingente. Por esta razón nuestro diálogo y nuestro preguntar están siempre situados y atravesados por la negatividad. Llamamos «negatividad» a la experiencia de la finitud, del fracaso, del límite, de la ignorancia y de la muerte. La experiencia de lo negativo atraviesa nuestro conocimiento y nuestra ciencia.

En su reciente obra *Homo videns, la sociedad teledirigida*⁵, Giovanni Sartori ensaya una interpretación de las transformaciones que está experimentando el hombre contemporáneo por efecto de la televisión. “La tesis de fondo -dice- es que el vídeo está transformando al *homo sapiens*, producto de la cultura escrita, en un *homo videns* para el cual la palabra está destronada por la imagen”⁶. Esta tesis focaliza el objeto de las investigaciones sobre los medios de comunicación en el medio en sí mismo, al afirmar que la televisión opera un cambio en la «naturaleza del hombre». Según la tradición iluminista, de donde se deriva, el concepto de *naturaleza humana* se identifica con la libertad o con la razón, entendida como autodeterminación y autonomía. Sobre estos presupuestos, Sartori afirma que la televisión ha generado una *primacía de la imagen* sobre el discurso reflexivo y crítico, de lo visible sobre lo inteligible, conduciendo a “un ver sin entender”, destruyendo las condiciones del saber que están a la base del ejercicio de la libertad como autonomía⁷, y transformando al hombre en un ser incapaz de comprender los conceptos abstractos.

Si el diagnóstico de Sartori fuera correcto, la televisión habría producido un deterioro en la capacidad de entendimiento y la seducción de la imagen habría llegado a obstruir las conciencias como un narcótico. Esta concepción de la conciencia narcotizada o alienada nos remite a una cierta acepción del concepto de ideología que fue determinado en la investigación anterior, como *uno de los niveles* en los que se manifiesta la ideología y cuyas limitaciones han sido oportunamente señaladas.

La postura brevemente reseñada hasta aquí implica ciertos supuestos problemáticos que van a ser objeto de análisis, discusión y crítica. Estos supuestos remiten a distintos

⁴ Feyerabend, P.: *Contra el método*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1993, pp. 26-7.

⁵ Sartori, G.: *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 1998

⁶ Sartori, G.: 1998, p. 11.

⁷ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 12.

ámbitos: ontológico, antropológico, ético-político y epistemológico. De acuerdo a cómo se definen los supuestos en estas dimensiones se determina una orientación específica de la filosofía de la comunicación. Para ello se ha rastreado en obras anteriores del propio Sartori algunos de los problemas que plantea *Homo Videns* y se los ha vinculado con otros autores y tradiciones con los que guarda una cierta relación de filiación.

La hipótesis básica de esta investigación es que Sartori sostiene que los medios generan un nuevo tipo humano (*homo videns*) porque sus supuestos fundamentales han quedado apresados en la «ideología» del Iluminismo y esta orientación básica es insuficiente para dar cuenta de la complejidad de las relaciones y transformaciones en el seno de la cultura humana en la que están inmersos los medios de comunicación (incluyendo la televisión).

La presente investigación se valdrá de las conceptualizaciones realizadas por la hermenéutica (desarrolladas en la filosofía, la semiótica, la antropología, la sociología y las ciencias políticas) cuyo método interpretativo seguiremos y cuyas producciones sirven de marco teórico para el planteamiento del problema. Acorde con este horizonte teórico-metodológico, en tanto un concepto sólo puede ser determinado en el contexto de los discursos que la tradición ha generado, buscaremos confrontar, contraponer y articular los múltiples sentidos del concepto de «*homo videns*», explicitar sus supuestos, establecer sus límites, y mostrar la posibilidad de otras líneas.

Desde el punto de vista metodológico, es pertinente advertir que este trabajo fue realizado en forma colectiva; de allí que el desarrollo y el resultado no son sólo la suma de los aportes individuales y monográficos de cada uno de los miembros, sino y sobre todo el diálogo, la discusión y la síntesis del universo problemático en cuestión.

CAPÍTULO 1

DISCUSIÓN DE LAS FUENTES TEÓRICAS DE *HOMO VIDENS*

1. La relación de *Homo Videns* con otras obras del autor

En este apartado remitimos algunos aspectos supuestos en *Homo Videns* a otras obras del propio Sartori; en particular y en primer lugar revisaremos el texto: *La política: lógica y método en las ciencias sociales*⁸. De ella nos interesa rescatar dos planteos que tienen vinculación con la obra central de nuestra investigación: su concepción del lenguaje y sus referencias a los medios de comunicación de masas.

1.1. Concepción del lenguaje y su relación con el pensamiento

Si bien el objeto de la obra se encuentra en la política, sin embargo ella implica desde el inicio al problema del lenguaje ya que la primera definición de política es “*praxis* humana”. Pero seguidamente añade que esta *praxis* está mediada por el lenguaje: “el hacer del hombre está precedido de un discurso (sobre el hacer). El discurrir del *homo loquax* precede a la acción del hombre operante”⁹. Hay que notar que ya desde esta obra Sartori parece inclinado a clasificar distintos tipos de hombres y que la noción de *homo videns* viene precedida por la del *homo loquax*, la del *homo sapiens* y la del hombre simbólico.

Sartori sostiene en esta obra una concepción “estratigráfica” (son sus propios términos) del lenguaje, esto le permitirá diferenciar dentro de él distintos “usos de lenguaje”; así, al conocimiento filosófico, al conocimiento científico y al discurso común le corresponderán distintos usos del lenguaje.

En esta concepción estratigráfica, hay una matriz generadora que es el “lenguaje materno”; sobre él, a modo de capas geológicas, se superponen los restantes usos que Sartori denomina uso representativo y uso superrepresentativo. El lenguaje materno consta de los siguientes rasgos: su uso es *emotivo*, lo que quiere decir, a su vez, que no es cognoscitivo; además, es un lenguaje en el que el hablante no tiene “conciencia de sí mismo”, lo cual implica que *no es crítico*; y, por último, su vocabulario es *reducido*, con términos mal definidos o indefinidos y ambiguos, y las conexiones que se establecen entre sus afirmaciones son arbitrarias y desordenadas¹⁰.

Quizá sea interesante destacar algunas implicancias de este carácter acríptico del lenguaje materno. Dice Sartori: “acrítico porque adoptamos un instrumento que no conocemos efectivamente. Y esto fija los límites del lenguaje ordinario: *no es un lenguaje cognoscitivo*”¹¹. Con independencia de este concebir el lenguaje como un “instrumento”¹², se puede

⁸ Sartori, G.: *La política: lógica y método en las ciencias sociales*, traducción de Marcos Lara, México, Fondo de Cultura Económica, 1984.

⁹ Sartori, G.: 1984, p. 15.

¹⁰ Esta caracterización del lenguaje matriz, que según Sartori es utilizado de un modo instintivo guarda una relación directa con las tesis de *Homo Videns*, porque la televisión lograría no sólo retrotraer al hombre a un lenguaje emotivo, prerreflexivo, sino que, además, quitaría ambigüedad a la dimensión emotiva. Sin embargo, esta pérdida de ambigüedad no se produciría por determinación o especialización, sino por dogmatismo, porque mientras el lenguaje científico tiende a volver unívoco al lenguaje, la televisión en cambio da —siempre según Sartori— una imagen plana que ni tan siquiera posibilita la reflexión.

¹¹ Sartori, G.: 1984, p. 21.

¹² No discutiremos aquí este tema, simplemente recomendamos recordar las críticas de Hegel al concepto de

ver que el sentido de "crítica" que utiliza Sartori es de cuño kantiano: crítica es el reconocer los límites del "instrumento" (la razón en Kant, el lenguaje en Sartori) que se utiliza; por eso es que el lenguaje cotidiano, en tanto acrítico, es dogmático. Y por eso también, resulta que *comunicar algo es diferente de conocer*, el lenguaje cotidiano tiene en esta visión un funcionamiento rudimentario.

Sobre este lenguaje materno se construyó el "lenguaje lógico", que no tiene una historia ancestral (Sartori habla del lenguaje materno como aquél que es propio del hombre de las cavernas, que es usado para expresar emociones), sino que es una adquisición reciente en la historia: corresponde a lo que llama *homo sapiens*. Es interesante destacar que aquí Sartori señala que la condición de *homo sapiens* es "parcial" y "precaria", en el primer caso, ello implica que no incluye a la totalidad de los hablantes, en el segundo, que puede perderse. Ambos caracteres son coherentes con las tesis del *homo videns* donde la condición de *sapiens* parece irse perdiendo con la irrupción de la televisión para convertirse en *videns*¹³.

En los lenguajes lógicos, que son "lenguajes especiales", los usos son críticos, y esto es así, acota Sartori, porque "fueron construidos mediante *la reflexión* sobre el instrumento lingüístico del que se valen"¹⁴. Esta clasificación ya permite trazar algunas condiciones de posibilidad de aquello que Sartori llama "pensamiento crítico" para diferenciarlo de aquel que no lo es (la televisión, que según el autor, quita toda capacidad crítica al televidente).

Y el problema de los "usos de lenguaje", Sartori lo convierte sin dificultades en cuestiones de pensamiento: "un cierto uso del lenguaje *pone su sello* en un cierto modo de pensar. Todo lo que hasta aquí estuvo referido al lenguaje, debe *transferirse y referirse* ahora al pensamiento"¹⁵. Esta identidad entre lenguaje y pensamiento es sostenida porque "aun cuando el pensamiento no sea reducible al lenguaje, *las palabras son indispensables tanto para comunicar como para pensar*. Vale decir: es imposible pensar sin el lenguaje (...) las palabras sirven tanto para hablar como para pensar, y por más que el lenguaje no es pensamiento, no existe uno sin el otro"¹⁶.

De ese modo, Sartori sostiene que existe un condicionamiento lingüístico del pensamiento. Algo que no sea nombrado, no existe (aclara Sartori: "no existe mentalmente, se entiende"¹⁷). De este condicionamiento resulta que el pensamiento discursivo no puede pensar sin palabras y, por ello tiene al lenguaje como un horizonte desde el cual se formula todo pensamiento.

Sin embargo, cuando Sartori trata de explicar de qué modo alcanza el conocimiento discursivo, y quizá esto resulte lo más sorprendente, recurre al concepto de *imagen*. Dice que se conoce por percibir imágenes, concebir imágenes o fantasear imágenes. De estas acepciones sólo define y se interesa por los dos primeras: la percepción se relaciona con el "uso empírico" y la función representativa y la concepción con el "uso especulativo" y la función ultrarrepresentativa¹⁸. El propio Sartori las resume de este modo: "Recapitemos

instrumento en la Introducción a la *Fenomenología del Espíritu*.

¹³ Si reseñásemos esta pequeña historia de *homos sartorianos*, la secuencia sería la siguiente: *homo loquax*, *homo sapiens*, *homo videns*, teniendo presente que el *homo videns* no es simplemente un regreso al estadio *loquax*, pues ahora la cuestión se plantea en un mundo tecnificado y veremos que en esta misma obra Sartori muestra los peligros nuevos que ello implica.

¹⁴ Sartori, G.: 1984, p. 26.

¹⁵ Sartori, G.: 1984, p. 29.

¹⁶ Sartori, G.: 1984, p. 30.

¹⁷ Sartori, G.: 1984, p. 32.

¹⁸ No deja de ser contradictoria esta función básica y capital que tiene la imagen en el proceso de conocimiento con la que le cabe a la imagen televisiva.

esquemáticamente las distinciones que hemos venido haciendo: 1) matriz: es el lenguaje materno, el que se expresa en la conversación corriente, común, "civil" (como decía Locke). Es un lenguaje promiscuamente lógico-emotivo, a la vez indiferenciado, y por supuesto acrítico; 2) división de fondo: es la distinción entre la dimensión emotiva y la dimensión lógica del lenguaje; 3) distinción dentro del lenguaje lógico: es la diferencia entre el conocimiento científico-empírico y el conocimiento especulativo-filosófico"¹⁹

1.2. Los medios de comunicación de masas

Quizá resulten más próximas al tema de *Homo videns*, las cuestiones que trata bajo el título "Tecnología, cultura y comunicación de masa". Con independencia de la discusión que establece con Daniel Bell, lo que resulta interesante es su consideración de la técnica en relación con el hombre.

Distingue dos tipos de influencia de la tecnología: una indirecta, que consiste en la transformación del ambiente en el que el hombre vive, y otra directa, que *modifica al hombre*. Dentro de este segundo tipo de modificación aparecen las tecnologías del hombre (entre las que se encuentran los medios de comunicación de masas): "una tecnología que termina por generar un «hombre nuevo»; nuevo —entiéndase bien— en el sentido de que no se asemeja a sus predecesores, no en el sentido de que sea un hombre mejor, deliberadamente renegado"²⁰

En este plano Sartori observa dos fenómenos que le resultan de la más alta significación: la aceleración histórica y la revolución de las comunicaciones de masas. Esta segunda está directamente relacionada con el análisis de la televisión. Y en este problema sostiene que "la tecnología de las comunicaciones de masa supone la «victoria del cañón»"²¹. Pues bien, la tecnología de la información ha triunfado. "El hombre en cuanto animal mental no ha estado nunca tan expuesto ni ha sido tan vulnerable como hoy. Es tal el poder de la tecnología de las comunicaciones de masas, que puede llegar a alterar —si se lo emplea realmente a fondo— nuestros mecanismos de defensa mental"²². Y aquí se encuentra en germen el planteo de *Homo Videns*, en tanto que la información en general puede alterar el modo de ser del propio *homo sapiens*.

Es más, Sartori afirma que esas tecnologías ya han producido una mutación en las condiciones de vida de los hombres de la época presente, y ese cambio está ligado centralmente a la cultura de la imagen: "el epicentro de nuestro «hábitat simbólico» se ha modificado radicalmente, pasando de la palabra escrita y hablada a la imagen visual; que la centralidad de la imagen visual marca cada vez más profundamente nuestra existencia; y que el habitante de la sociedad tecnológica se está convirtiendo cada vez más en un ser unidimensional, no en el sentido marcusiano, sino en el sentido de que cada vez más está siendo plasmado según la única dimensión de un instantáneo *tiempo presente*"²³.

Esta impronta icónica tendría consecuencias tales como desvincular al hombre de su pasado histórico, de sus raíces culturales y de todo tipo de arraigo. Ese "hombre nuevo" de la cultura mediática parecería ser más monótono, más parecido a todos sin importar las fronteras de las naciones y las diferencias culturales, al mismo tiempo que esa homologación

¹⁹ Sartori, G.: 1984, p. 39.

²⁰ Sartori, G.: 1984, p. 322.

²¹ Sartori, G.: 1984, p. 323.

²² *Ibidem*.

²³ Sartori, G.: 1984, p. 324.

no produce lazos más amistosos y pacíficos entre los hombres.

Y lo que resulta más importante en términos políticos es que esta nueva especie humana resulta más imprevisible y arbitraria, y así resulta que "se hace posible excitar, manipular y movilizar a las masas humanas (...) y pueden producir accesos, histerismos o explosiones imposibles de prever y que escapan a todo control"²⁴.

Y Sartori culmina esta sección subrayando algo que será central en *Homo Videns*: el problema de la racionalidad. "En síntesis -dice-, el aumento de la aceleración histórica, combinado con los fenómenos de refuerzo y de contagio instantáneo producidos por la comunicación de masas, no sólo socavan los fundamentos históricos de la previsión -la previsión como proyección del pasado en el futuro-, sino también las previsiones basadas en el imperativo racional y en la racionalidad del imperativo tecnológico. Y si, como aquí sostenemos, la revolución de la comunicación de masas es la revolución decisiva, la pregunta que más condiciona nuestro futuro es ésta: ¿quién controlará y de qué manera el bombardeo del mensaje?"²⁵.

²⁴ Sartori, G.: 1984, p. 325.

²⁵ Sartori, G.: 1984, p. 325.

2. La relación entre las tesis de Giovanni Sartori y Ernst Cassirer

El autor de *Homo videns* señala como una de sus principales inspiraciones a Ernst Cassirer, a propósito de su definición del hombre como animal *symbolicus*. Sostiene que tal rasgo distintivo de lo humano resulta vulnerado a partir de la irrupción de la televisión, cuyo primado habría provocado una "mutación" y con ello una conversión del "animal simbólico" en "animal vidente". A pesar de la radicalidad de su tesis, como él mismo advierte, interpretaremos ambas categorías como una metáfora que intenta alertar contra el enorme influjo de la televisión en la vida contemporánea.

En lo que sigue, atenderemos a los siguientes aspectos de la cuestión: 1) haremos una síntesis del programa de investigación llevado a cabo por Cassirer en su *Filosofía de las formas simbólicas*, con alguna alusión a otras obras como *Antropología filosófica. Un ensayo sobre el hombre y Lenguaje y mito*; 2) determinaremos en qué sentido la propuesta de Sartori en la obra mencionada puede ser una interpretación posible y legítima de la filosofía de Cassirer; y por último; 3) analizaremos los perfiles de la teoría de las formas simbólicas de Cassirer que cuestionan o incluso contradicen las hipótesis de *Homo videns*.

1) La *Filosofía de las formas simbólicas*, es presentada por Cassirer como una ampliación de la filosofía crítico-trascendental kantiana hacia todas las formas de configuración espiritual, llevando la teoría del conocimiento a una filosofía interdisciplinaria de la cultura, que abarca toda producción cultural, cuyas *modalidades* son: el mito, el lenguaje, el arte, la religión y el conocimiento teórico. Procura encontrar las condiciones de posibilidad de dichas producciones, esto es, las categorías que puedan dar cuenta del mundo humano. Para ello hará pivote no en la multiplicidad de las creaciones de la cultura, sino en la función sintética que las ha posibilitado. Afirma que "si existe alguna definición de la esencia del hombre, debe ser entendida como una definición *funcional* y no sustancial"²⁶. Es decir, que renuncia de entrada a cualquier formulación metafísica o empírica.

La definición del hombre como animal simbólico, lo lleva a describir las sucesivas funciones por las que se realiza la simbolización; las mismas son la expresión, la representación y la significación. A diferencia de los animales, el hombre interpone el símbolo entre el estímulo del medio y su respuesta, o sea, una mediación que hace que lo dado no solamente ejerza en nosotros una *impresión*, sino que en tanto se configura un mundo, sea también *expresión*. Existe, dice, cierta *actividad de lo sensible* que opera en los más variados campos de la creación espiritual. La fantasía mítica, por ejemplo, una de las formas más primarias de la conciencia, está muy por encima de la pasividad de lo sensible; ya que en tanto productos "irreales", revelan espontaneidad y libertad.

En lo que se refiere a la *representación*, hallamos aquí la dualidad de cosa e imagen. La conciencia se representa un mundo de imágenes. Según la modalidad simbólica, variará la relación señalada: para la conciencia mítica, la imagen no representa la cosa, sino que "es" la cosa; para la conciencia religiosa, la imagen va más allá de sí misma apuntando a un ámbito trascendente; en el arte, la imagen cobra valor inmanente; en la ciencia se trata de conceptos encadenados que tienen como correlato un universo objetivo de sentido. El caso más propiamente simbólico es el lenguaje. El lenguaje es para Cassirer el gran modelador de la realidad. Siguiendo a Wilhelm von Humboldt, prescinde de la consideración histórica, y

²⁶ Cassirer, E.: *Antropología filosófica*, traducción del inglés (original) de Eugenio Imaz, México, F.C.E., 1974, p. 107.

prefiere la perspectiva estructural, según la cual, el filólogo y sabio romántico había clasificado los diferentes lenguajes de acuerdo a su "forma interior", cada lengua es así una "acepción del mundo", una interpretación posible que se enmarca conforme una manera particular de vivenciarlo. Cassirer ilustra esta idea con el siguiente ejemplo: los griegos, prestando atención a la propiedad de la luna de medir, la llamaron $\mu\eta\nu$ (*men*), "la que mide"; mientras los latinos, atendiendo a su cualidad luminosa, la llamaron *lucna*, "la que luce"; los nombres, a los cuales Cassirer da especial importancia, muestran un modo de sentir el mundo y la vida, y no son meros rótulos aplicados a las cosas.

El proceso de simbolización es a su vez un proceso de progresiva objetivización, según el cual, en las más elementales expresiones de la cultura -y aquí Cassirer se refiere al mito y a los estadios primitivos del lenguaje-, nos enfrentamos a una unidad indiferenciada yo-mundo; progresivamente, ambos se van separando y demarcando cada vez más nítidamente, y tal proceso se deja observar en la historia de formación de las lenguas. Hay, como se ve en este autor, un punto de vista que lo coloca filosóficamente en la línea de la tradición ilustrada, pues jerarquiza las modalidades simbólicas, hallando en el conocimiento teórico, el más alto grado de simbolización. A pesar de ello, esto no es unilateral, subsiste en su consideración una ambigüedad, ya que se esfuerza por dar a las otras formas simbólicas, originalidad y derecho propios.

El símbolo es entonces la manifestación sensible de lo oculto inteligible, nexo entre estos dos ámbitos y posee por ello poder demiúrgico y creador. Toma el concepto de símbolo en un sentido amplio, caracterizando cada forma simbólica como una unidad polar de sensualidad y sentido, como una energía del espíritu a través de la cual un contenido espiritual significante se enlaza con un ente material sensible.

2) En lo relativo a la atinencia de la filosofía del símbolo de Cassirer respecto del planteo de Sartori indicado al comienzo, interpretamos que se puede sostener la adecuación de la fuente por cuanto ambos teóricos ven en el lenguaje el caso más rotundo de símbolo. Junto con von Humboldt, Cassirer sostiene que el hombre hilando el lenguaje se hila a sí mismo, y que cada lengua traza alrededor del pueblo al que pertenece un círculo, del que sólo se sale para entrar en otro²⁷. El lenguaje va configurando la realidad. Tanto la conciencia mítica como la lingüística no disponen de la diferenciación en figuras particulares, sino que la conciencia misma se va particularizando a partir de una visión unitaria indiferenciada. Sartori, por su parte, encuentra en el lenguaje la realización cabal de la condición simbólica del hombre. El hombre es -dice siguiendo a Cassirer- animal *loquax*, y esta característica no la comparte con ninguna otra especie viviente. Otro aspecto que pareciera responder al espíritu de la intención de Cassirer, es el privilegio otorgado a los grados más elevados de simbolización, el caso del lenguaje abstracto y sobre todo del lenguaje teórico, con lo cual pone en claro su filiación con la Ilustración.

3) Sin embargo, en la apreciación cassireriana se halla mucho más matizada la cuestión, ya que además de contar con un enorme caudal erudito proveniente de la etnología, la antropología y la lingüística, tiene en cuenta y desarrolla en su propio trabajo las investigaciones llevadas a cabo por la fenomenología husserliana. Sartori no parece haber reparado en este hecho, razón por la cual la posición de Cassirer resulta dogmatizada. En el marco de una ampliación de la «revolución copernicana» de Kant a toda manifestación humana como

²⁷ Cassirer, E.: *Lenguaje y mito*, traducción de Carlos Gerhard, México, F.C.E., 1975, p. 85.

cultura, Cassirer ve que cada forma simbólica, a saber: el mito, el lenguaje, el arte, la religión y la ciencia, despliega de sí un mundo propio de sentido: «Las formas simbólicas ya no son imitaciones de dicha realidad, sino *órganos* en virtud de los cuales la captamos»²⁸. Cada una de ellas son fenómenos originarios de la mente y, como tales, irreductibles.

Cassirer objeta la concepción de Max Müller, que caracteriza el mito como enfermedad del lenguaje, como la sombra oscura que el lenguaje proyecta sobre el pensamiento, y que no desaparecerá nunca; mientras lenguaje y pensamiento no coincidan por completo. Para él, todas las plasmaciones espirituales que “fijan” lo real, lo representan en el símbolo, y ninguna de ellas capta lo real mismo, ya que *todo símbolo es mediato*: cubre aquello que quiere descubrir. Si el mito y la religión son fantasmas, la ciencia también lo es.

La tesis de Cassirer se opone a la reducción del símbolo a cualquiera de sus modalidades; y aun cuando dedique al lenguaje alguna primacía, de ninguna manera quedan excluidas las demás formas. Por el contrario, el lenguaje en su carácter de ordenador de la experiencia, sólo se desarrolla en consonancia con la conciencia mítica y religiosa, es en ese sentido que estima valioso el aporte de Hermann Usener en su obra *Los nombres de los dioses*²⁹, quien había llegado a la conclusión de que los nombres de los dioses se forjaron juntamente con su imagen³⁰; habría en el lenguaje una raíz común con el mito y la religión, al menos al comienzo.

Cuando Cassirer se refiere al lenguaje no lo circunscribe de ninguna manera a la palabra “abstracta”, la abstracción en todo caso es una cualidad del lenguaje en cualquiera de sus formas en tanto abreviatura y fijación de la vivencia de los fenómenos. A la doble expresión mítico lingüística, antecede la acción o celebración ritual, que coagula en un relato, cuya repetición actualiza su eficacia cada vez. Cassirer afirma que ya el rito, consistente en la perpetuación idéntica en el encadenamiento de los actos y los gestos con vistas a un propósito, a un *télos*, es símbolo, por cuanto la actividad como tal, es una *interpretación* de lo dado y le otorga un sentido, lo significa; tal significado es el que el relato mítico consagra.

Cassirer pertenece a la tradición del Neokantismo y ha procurado enmendar sus errores, extendiendo la filosofía crítico-trascendental más allá del conocimiento teórico, a esferas del mundo de la vida y de la creación artística. Su esfuerzo ha estado orientado a justipreciar esos modos de comprensión pre-reflexivos de lo real como los únicos que nos proporcionan la captación de lo viviente, ya que la realidad vista desde los ojos de la ciencia es una construcción esquemática y empobrecida de la misma, y su virtud está precisamente en la objetividad y la logicidad.

En síntesis, el recurso a Cassirer en *Homo videns* es legítimo en tanto el problema que preocupa a Sartori gira alrededor del carácter simbólico del hombre y de aquello que, supuestamente, lo amenaza. Pero, la analogía entre estos autores no va más lejos de aquí. En primer lugar, porque si bien en ambos casos se estudia el desarrollo de las formas simbólicas, el carácter que cada uno imprime a dicho desarrollo es bien diferente: mientras que Cassirer hace un análisis trascendental, Sartori parece tener una mirada más evolucionista.

²⁸ Cassirer, E.: 1975, p. 84

²⁹ Cf. Cassirer, E.: 1975, p. 89,

³⁰ Convendría aclarar que Cassirer sigue la línea de los estudios iniciados por Aby Warburg, quien otorgó particular relevancia a la imagen como forma de plasmación espiritual en nuestra aprehensión del mundo. El mismo escribió una historia de las imágenes paralela a una historia de las ideas. Véase A. Warburg, E. Gombrich, H. Frankfort, F. Yates y H. Ciocchini, *Historia de las imágenes e historia de las ideas. La escuela de Aby Warburg*, Introducción y selección de textos de José Emilio Burucúa, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1992.

Las consecuencias de esta diferencia, profunda aunque sutil, redundan fundamentalmente en las siguientes cuestiones: en primer lugar, las formas de la conciencia que el primero considera más primitivas no son, por ello, menos simbólicas. En segundo lugar, y como consecuencia de esta primera diferencia, las posibilidades de tratamiento de la imagen desde las premisas de Cassirer son mucho más ricas y menos reduccionistas que en el planteo de Sartori, como discutiremos a propósito de los supuestos epistemológicos de este último. En tercer lugar, porque la pérdida de la naturaleza simbólica del hombre no sólo es imposible sino absurda, siempre desde las premisas de Cassirer, mientras que es el espíritu evolucionista de Sartori quien da lugar a la visión apocalíptica sobre el futuro del pensamiento desplegada en *Homo videns*.

Finalmente, en lo que hace al lenguaje abstracto o lógico, esto es, el lenguaje de la crítica, encontramos que la valoración de la abstracción es opuesta, correlativamente a la valoración de la imagen a la que venimos de aludir. En efecto, para ambos el lenguaje es la forma más acabada de la simbolización. Sin embargo, mientras que para Sartori el lenguaje abstracto es el más propio del hombre y, en consecuencia, aquél respecto del cual debería sentirse más «en casa», más en sí mismo, Cassirer lo considera como una forma empobrecida del lenguaje. En cambio, es el lenguaje vivo del mundo de la vida y de la creación artística donde el hombre simbólico se encuentra a sí mismo de manera más plena.

3. La relación entre las tesis de Giovanni Sartori y Karl Popper

En *La sociedad abierta y sus enemigos*, Popper identifica la civilización occidental, a la que llama «sociedad abierta» en tanto libera las facultades críticas del hombre, con los objetivos de la razonabilidad, el sentimiento de humanidad, la igualdad y la libertad. Señala que el totalitarismo es tan antiguo como la sociedad abierta y que pertenece igualmente a la civilización occidental.

Parte de una distinción entre predicción científica y profecía histórica, considerando que la última se halla “completamente fuera del radio del método científico”³¹. El libro se propone “demostrar” que los hombres pueden convertirse en artífices de su propio destino, que no están sujetos a ninguna necesidad histórica ni a un destino predeterminado como sostenía el historicismo, aunque no pretende rigor científico para todas las afirmaciones, muchas de las cuales aclara que no son más que opiniones personales³². Al suponer la necesidad histórica, el historicismo inferiría –según Popper– que la acción libre es ilusoria e inútil y que la aplicabilidad de la razón y la ciencia a los problemas sociales carece de sentido. Para Popper esto conduciría a “la doctrina del poder, de la dominación y del sometimiento”³³. La identidad civilización-ciencia-razón-democracia se contrapone a la identidad no-razón-poder-dominación-sometimiento. Dice: “sólo la democracia proporciona un marco institucional capaz de permitir las reformas sin violencia y, por consiguiente, el uso de la razón en los asuntos políticos”³⁴. La democracia se definiría –para Popper– por la capacidad de todos los hombres de juzgar las acciones de gobierno aun cuando no todos ni siquiera la mayoría sea la que gobierne. Popper parte del supuesto de que la libertad es un rasgo esencial de la naturaleza del hombre, de lo cual se deriva la imposibilidad de determinar, conocer o predecir las acciones futuras de cualquier grupo humano. Al ser los hombres concretos y singulares los artífices de su propia historia, ya no es lícito sostener –como hace el historicismo– que las naciones, los pueblos, las clases o las ideas sean el sujeto de la historia, la cual estaría sujeta a leyes de desarrollo necesario (natural, espiritual o económico). El surgimiento de estas doctrinas deterministas está vinculado con la forma de vida tribal, «cerrada»³⁵, para la cual el colectivo es todo y el individuo no significa nada. Toda hipótesis sobre el fin de la historia, derivada del desarrollo necesario del proceso, no puede ser falsada y es, en consecuencia, metafísica. Tanto el fascismo como el marxismo compartirían las principales características del historicismo (una de las cuales es la “tendencia antidemocrática”)³⁶.

Las concepciones historicistas atribuyen a la historia una determinación propia de las sociedades tribales³⁷. Popper traza una línea que va de Heráclito, Platón y Aristóteles a He-

³¹ Popper, K.: *La sociedad abierta y sus enemigos*, Barcelona, Editorial Planeta-Agostini, 1992, p. 16.

³² Cf. Popper, K.: 1992, p. 17.

³³ Popper, K.: 1992, p. 18.

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ “La sociedad cerrada se halla caracterizada por la creencia en los tabúes mágicos, en tanto que la sociedad abierta es tal que los hombres han aprendido ya a mostrarse considerablemente críticos con respecto a estos tabúes, basando sus decisiones en la autoridad de su propia inteligencia (después del consiguiente análisis)” Popper, K.: 1992, p. 443. La vida social en una aristocracia tribal se caracteriza por la estabilidad y la rigidez, “se halla determinada por tabúes sociales y religiosos; todos los individuos tienen su lugar asignado dentro del conjunto de la estructura social; todos sienten que su lugar es el apropiado, el «natural», puesto que les ha sido adjudicado por las fuerzas que gobiernan el universo; todos «conocen su lugar””, Popper, K.: 1992, p. 27.

³⁶ Cf. Popper, K.: 1992, p. 31.

³⁷ “La filosofía de Heráclito constituye la expresión de un sentimiento de andar a la deriva; sentimiento que parece constituir una típica reacción ante la disolución de las antiguas formas tribales de vida social”, Popper,

gel y Marx y que atraviesa todas las variantes del "totalitarismo". Así como los primeros autores reaccionaron a la crisis de la sociedad tribal y al surgimiento de la sociedad democrática, los últimos reaccionaron a la crisis de la revolución industrial y al surgimiento de las democracias liberales modernas.

Popper cree que las filosofías de Heráclito y Platón reaccionaron ante la sensación de que la sociedad se halla en incesante transformación; por esta razón, el último identificaba el cambio con la corrupción, la decadencia y la degeneración³⁸. Sin embargo, "Platón creía que la ley del destino histórico, la ley de la decadencia, podía ser superada por la voluntad moral del hombre, apoyada por las facultades de su razón"³⁹. La filosofía platónica es vista como un desesperado intento de contener el cambio, paralizarlo y suprimirlo. Platón se esfuerza por mostrar que el cambio permanente está sujeto a una ley que no cambia⁴⁰.

Popper opone el historicismo a la ingeniería social, que cree que puede modificar la historia de la misma manera en que modifica la faz de la tierra. "El ingeniero social toma como base científica de la política una especie de tecnología social, a diferencia del historicista, que la considera una ciencia de las tendencias históricas inmutables". El ingeniero social no especula respecto de los fines sino que "encara el estudio de las instituciones como medios al servicio de determinados fines"⁴¹.

Para Popper, la teoría platónica de las Ideas no es sino una personificación de la perfección de las cosas como los dioses son personificaciones idealizadas de los progenitores o héroes tribales. Platón se vio llevado a esta resolución porque de lo contrario la realidad cambiante y fluyente no podría ser conocida verdaderamente y sólo se podrían expresar "opiniones" o puntos de vista. "De acuerdo con nuestro análisis -dice Popper-, la teoría de las Formas o Ideas cumple, por lo menos, tres funciones diferentes en la filosofía platónica. (1) Constituye un instrumento metódico de la mayor importancia, pues torna posible el conocimiento científico puro, e incluso, un conocimiento susceptible de ser aplicado al mundo de los objetos cambiantes, de los cuales no puede adquirirse en forma inmediata conocimiento alguno, sino tan sólo opinión. (2) Provee la tan ansiada clave para la teoría del cambio y de la decadencia, para la teoría de la degeneración y la generación, y especialmente, para la historia. (3) Abre un camino en el reino social hacia cierto tipo de ingeniería social, y hace posible la confección de instrumentos para detener las transformaciones sociales, puesto que sugiere la planificación de un «estado mejor» que se parezca tanto a la Forma o Idea de un estado que se halle libre de la decadencia"⁴².

Popper llama «esencialismo metodológico» a la opinión de que el conocimiento debe descubrir o describir la verdadera naturaleza de las cosas, su realidad oculta, su forma o esencia. Tal esencia podría ser conocida por medio de la intuición intelectual. Para los «esencialistas» la definición consiste en la descripción de la esencia de un objeto. Su pregunta fundamental es «¿qué es esto?» El «nominalismo metodológico», en cambio, procura

K.: 1992, p. 31.

³⁸ Marx refiere los mismos síntomas a una causalidad inversa: cf. Etchegaray R., et. alia, *Ideología y medios de comunicación*, Informe inédito del Programa de Incentivos a la Investigación en las Universidades Nacionales, Proyecto de Investigación radicado en el Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de La Matanza, San Justo, 1999, p. 13.

³⁹ Popper, K.: 1992, p. 35.

⁴⁰ "Esta tendencia a escapar de las consecuencias últimas del historicismo -comenta Popper- constituye un rasgo característico de muchos de sus defensores", Popper, K.: 1992, p. 36.

⁴¹ Popper, K.: 1992, p. 37.

⁴² Popper, K.: 1992, pp. 44-5.

describir cómo se comporta un objeto en diversas circunstancias. Para los nominalistas el objetivo de la ciencia es la descripción de los objetos y sucesos de nuestra experiencia y la explicación de estos hechos con ayuda de leyes universales. Su pregunta básica es «¿cómo funciona esto?».

Este tipo de investigación social se remonta a Protágoras y los sofistas, quienes partieron de la comprensión de la necesidad de distinguir el medio natural y el medio social, superando la tendencia a considerar las peculiaridades de nuestro medio social como si fueran naturales. “Una de las características que definen la actitud mágica de una sociedad «cerrada», primitiva o tribal, es la de que su vida transcurre dentro de un círculo encantado de tabúes inmutables, de normas y costumbres que se reputan tan inevitables como la salida del sol, el ciclo de las estaciones u otras evidentes uniformidades semejantes de la naturaleza. La comprensión teórica de la diferencia que media entre la «naturaleza» y la «sociedad» sólo puede desarrollarse una vez que esa «sociedad cerrada» mágica ha dejado de tener vigencia”⁴³.

Popper distingue las leyes *naturales*, como la de gravitación, que rige los movimientos de los planetas y la sucesión de las estaciones o las leyes de la termodinámica, de las leyes *normativas*, como los mandatos o las prohibiciones que regulan las conductas de los hombres, como los diez mandamientos o el código penal. Las primeras describen una uniformidad estricta, invariable e inalterable, que no admite excepciones, aunque pueden cumplirse (en cuyo caso la ley es verdadera) o no cumplirse (en cuyo caso es falsa). Estas leyes no están bajo el control del hombre. Las segundas, en cambio, admiten que su cumplimiento pueda ser forzado o impedido, no son ni verdaderas ni falsas, aunque quizá puedan considerarse justas o injustas, aceptables o inaceptables, buenas o malas. Son variables y están bajo el control humano.

Para Popper, las sociedades cerradas o tribales se caracterizan por un *monismo ingenuo*, que no distingue entre leyes naturales y leyes normativas. Las sociedades abiertas, en cambio, se caracterizan por un *dualismo crítico*. La distinción entre unas y otras se manifestó en Grecia en la oposición entre naturaleza y convención. El dualismo crítico afirma que las leyes normativas suponen la decisión o convención de observarlas o modificarlas por parte del hombre. En este caso el hombre es responsable moral por su cumplimiento o violación. “La naturaleza no nos suministra ningún modelo [moral]. Somos nosotros quienes imponemos nuestros patrones a la naturaleza y quienes introducimos, de este modo, la moral en el mundo natural, no obstante el hecho de que formamos parte del mundo. Si bien somos producto de la naturaleza, junto con la vida la naturaleza nos ha dado la facultad de alterar el mundo, de prever y planear el futuro y de tomar decisiones de largo alcance, de las cuales somos moralmente responsables. Sin embargo, la responsabilidad, las decisiones, son cosas que entran en el mundo de la naturaleza sólo con el advenimiento del hombre”⁴⁴. Como cada hecho natural puede dar lugar a distintas acciones y a diferentes decisiones, *la moral no está determinada por los hechos naturales*, “las decisiones no pueden derivarse nunca de los hechos o de su descripción”. Esto no implica que no haya leyes naturales en el ámbito de la sociedad. Popper afirma que hay leyes naturales, como *las de la economía*, a las que llama leyes sociológicas, pero el dualismo crítico insiste “en la imposibilidad de reducir las decisiones o normas a hechos; por lo tanto, puede describirse como un dualismo de hechos y

⁴³ Popper, K.: 1992, p. 67.

⁴⁴ Popper, K.: 1992, p. 71.

decisiones”⁴⁵. Hay leyes naturales en la sociedad pero también hay leyes normativas de las que el hombre es el único responsable, en tanto puede decidir adoptarlas o rechazarlas. El dualismo crítico se remonta a Protágoras, quien “enseñó que la naturaleza no conoce normas y que su introducción se debe exclusivamente al hombre”⁴⁶.

Las leyes naturales que rigen la sociedad son “tales como las enunciadas por las modernas teorías económicas”, las que permiten tener una norma para la acción, un plan, un modelo, un diseño. No se trata de las leyes de la evolución o las de la naturaleza humana⁴⁷. Según Popper, cuando Platón habla de naturaleza hay que entender no las leyes naturales sino la esencia de algo. «Naturaleza» significa algo semejante a Idea o Forma, es “el poder o disposición original” de algo, lo innato, lo divino. “A mi juicio -dice-, el holismo platónico se halla íntimamente relacionado con el colectivismo tribal. Platón añoraba permanentemente la perdida unidad de la vida tribal”⁴⁸.

Las sociedades tribales se caracterizan por algunos rasgos comunes: tienen una actitud imbuida de magia o irracionalidad hacia las costumbres de la vida social, lo cual conlleva una tendencia hacia la rigidez. Los tabúes regulan y dominan fijamente todos los aspectos de la vida, sin dejar lugar a la responsabilidad personal. “En esta forma de vida, existen pocos problemas y nada que equivalga realmente a los problemas morales”⁴⁹. La actitud mágica es incapaz de diferenciar entre las uniformidades de la naturaleza y las uniformidades convencionales derivadas de la costumbre en la vida social. Se supone que ambas uniformidades han sido impuestas por una voluntad sobrenatural. Una sociedad cerrada extrema puede ser comparada con un organismo.

La sociedad abierta supone la posibilidad de “reflexión racional” acerca de las reglas sociales que rigen la convivencia. Para Popper, como para Montesquieu en relación a los ingleses, el comercio y las comunicaciones provocaron en Grecia la gran revolución espiritual que fue “la invención de la discusión crítica y, en consecuencia, el pensamiento libre de obsesiones mágicas”⁵⁰. La única fe compatible con una sociedad abierta es, por lo tanto, la fe en la razón, en la libertad y en la hermandad de todos los hombres, que surgió en la época de Tucídides. Para Popper, la democracia se basa en la fe en la razón y en el humanitarismo⁵¹. La pérdida del carácter orgánico hace que las sociedades abiertas puedan convertirse en sociedades cada vez más «abstractas», en las que se van disolviendo y perdiendo los grupos concretos.

Sobre la base de la anterior reseña de las hipótesis de Popper en *La sociedad abierta y sus enemigos*, es posible establecer en qué medida Sartori continúa y profundiza el modelo del «dualismo crítico». Este autor señala: “podemos deducir que la televisión está produciendo una permutación que revierte en la naturaleza misma del *homo sapiens*. La televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez *paideia*, un instrumento «antropogenético», un *medium* que genera un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano”⁵². Si esto es así, debemos suponer que la naturaleza humana a la que se refiere el autor no es permanente, sino un estado del ser capaz de afecciones y modificaciones según las

⁴⁵ Popper, K.: 1992, p. 72.

⁴⁶ Popper, K.: 1992, p. 75.

⁴⁷ Cf. Popper, K.: 1992, p. 76.

⁴⁸ Popper, K.: 1992, p. 87.

⁴⁹ Popper, K.: 1992, p. 170.

⁵⁰ Popper, K.: 1992, p. 173.

⁵¹ Cf. Popper, K.: 1992, pp. 181-2.

⁵² Sartori, G.: 1998, p. 36.

circunstancias y las transformaciones del medio ambiente. Popper no tematiza el problema de la «naturaleza» del hombre pero su texto deja entrever una visión perspectivista en la que la naturaleza humana es concebida como un producto de una *invención* también humana. Este autor dice que las teorías son “la cristalización de un punto de vista”⁵³. Si acordamos en que el creador de una teoría es un sujeto y que éste sólo es capaz de elaborar un constructo basado en su punto de vista, es pertinente aseverar entonces que la esencia de este hombre se aproxima más a una construcción interpretativa sujeta al cambio y al devenir. Por tal motivo, podemos inferir cierto grado de congruencia entre los pensamientos de Sartori y Popper. Además, no debemos olvidar que la crítica más contundente de Popper se dirige hacia Platón; Marx y Hegel y que estos tres autores son considerados como *esencialistas* por Popper. A ellos cuestiona por buscar, entre otras cosas, una verdad inmutable, exenta de todo tipo de cambio. Popper no admite las posiciones naturalistas o esencialistas por considerarlas metafísicas y, por lo tanto, no científicas. Consecuentemente, señala una ruptura irreductible entre la naturaleza y la moral, entre el reino animal y el humano. En Sartori, en cambio, persiste una tendencia esencialista a determinar la naturaleza de los seres y a definirlos por género y diferencia específica. Si al género «animal» se le agrega la diferencia «simbólico», «que habla» o «racional», se obtiene la especie hombre. Por el contrario, si esta diferencia se pierde o corrompe por alguna causa, se produciría una suerte de involución al género. Se podría decir, entonces, que la postura de Sartori es substancialista o esencialista, mientras que la distinción de Popper es formal o metodológica.

En relación con la noción de *progreso* los autores también coinciden. Sartori manifiesta: “Por sí mismo, progresar es sólo «ir hacia delante» y esto comporta un crecimiento. Y no está claro que este aumento tenga que ser positivo”⁵⁴. Popper, por su lado, expresa que se avanza pero sobre la base de refutaciones que ponen al descubierto los aspectos negativos de ese progreso. Dice: “las teorías científicas son frecuentemente descartadas por los experimentos, y es precisamente esta eliminación de las teorías inadecuadas lo que constituye el verdadero vehículo del progreso científico”⁵⁵. El avance progresivo del hombre está basado en éxitos y errores. Sin embargo, existen fisuras por las cuales se filtran efectos nocivos. Según Sartori, el error emerge y hay que modificarlo para no interrumpir el progreso del conocimiento: “De momento, en cualquier caso, es seguro que un despertar es apertura hacia el progreso en la acepción ilustrada del término”⁵⁶. Para Popper, en igual medida, “cada descubrimiento de un error constituye un avance real del conocimiento (...) ya es algo si sabemos dónde no se encuentra la verdad”⁵⁷.

Al mismo tiempo, este pensador resalta su posición a favor de la libertad individual: la sociedad abierta debe permitir la distinción de las diferentes peculiaridades que destacan a unos con relación a otros. En oposición a esto, la sociedad cerrada no acepta esta situación y masifica a los sujetos. Éstos se ven expuestos a una realidad confusa y con aristas totalitarias. Como sostiene Sartori: “La ciudad perversa nos encarcela, nos hace poco o nada libres; y la mala política -que obviamente incluye la política económica- nos empobrece”⁵⁸.

La *posición ideológica* es similar en ambos autores, para ellos la democracia es el mejor sistema de gobierno y el único idóneo para resolver cualquier tipo de conflicto social.

⁵³ Popper, K.: 1992, p. 423.

⁵⁴ Sartori, G.: 1998, p. 41.

⁵⁵ Popper, K.: 1992, p. 423

⁵⁶ Sartori, G.: 1998, p. 43.

⁵⁷ Popper, K.: 1992, p. 675.

⁵⁸ Sartori, G.: 1998, p. 65.

Popper afirma que "el progreso depende de nosotros y del apoyo que le demos a las instituciones democráticas"⁵⁹. Sartori aclara: "también en este sentido es difícil estar peor de lo que estamos en cuanto a una democracia cuyo *demos* debería administrar *participando* un sistema de demo-poder"⁶⁰. Incluso, el mismo Sartori cita a Popper para destacar la filiación conceptual de su propio pensamiento: "Karl Popper ha escrito que una democracia no puede existir si no se controla la televisión"⁶¹. Y añade: "comparto sus temores sobre la democracia, sobre todo en el sentido de que la tele-democracia incentiva un directismo suicida que confía la conducción del gobierno de un país a conductores que no tienen permiso de conducir"⁶².

Popper valoriza la *racionalidad* en oposición a la irracionalidad: "quizá se torne algo más claro el significado que otorgamos a la palabra «racionalismo» si distinguimos entre el verdadero racionalismo y el falso o pseudorracionalismo. Llamamos «verdadero racionalismo» al de Sócrates, esto es, a la conciencia de las propias limitaciones, a la modestia intelectual de aquellos que saben con cuánta frecuencia yerran y hasta qué punto dependen de los demás aun para la posesión de este conocimiento (...)"⁶³. Los irracionistas niegan que la naturaleza humana sea en esencia racional. Por lo cual podemos suponer que para Popper esta naturaleza es racional, pero con las limitaciones expresadas. Sartori, por su parte, manifiesta: "(...) no postulo que el hombre sea un animal racional. Su racionalidad presupone un lenguaje lógico (...) Por consiguiente, nuestra racionalidad es una potencialidad y, asimismo, un tener que ser, difícil de lograr y fácil de perder, es sólo una parte de nuestro ser. Pero es la condición *sine qua non*, la condición imprescindible, la condición necesaria"⁶⁴. En estos textos se puede percibir la importancia que ambos autores asignan a la razón para la naturaleza humana.

Por último, cabe destacar que Popper resalta en su libro varios párrafos positivos acerca de la ingeniería social en oposición a la tecnología utópica. La primera sería algo así como una suerte de institución de gran utilidad creada a efectos de solucionar problemas sociales concretos, sin preocuparse por los falsos problemas del sentido de la historia. Pero, por otro lado manifiesta que, dada la situación actual, esto se torna prácticamente irrealizable: "Puesto que es completamente imposible prever las repercusiones sociales más remotas de nuestros actos, puesto que todos nos hallamos igualmente presos dentro de la red, no podemos realizar ninguna tentativa seria de combatirla. Evidentemente, no nos es posible actuar sobre ella desde el exterior y, ciegos como estamos, no podemos siquiera hacer plan alguno para mejorar desde adentro nuestra situación. La ingeniería social es imposible y la tecnología social, por lo tanto, inútil. No podemos imponerle nuestros intereses al sistema social; en su lugar, es el sistema quien nos impone lo que creemos ser nuestro interés, forzándonos a actuar en conformidad con nuestros intereses de clase"⁶⁵. En resumen podemos argüir que Popper es escéptico sobre la *posibilidad de cambiar la realidad actual*, al igual que Sartori, quien piensa entre otras cosas: "la nueva clase que administra el vídeo poder se defiende de las acusaciones culpando a los telespectadores. Sí; pero en televisión más que en

⁵⁹ Popper, K.: 1992, p. 440.

⁶⁰ Sartori, G.: 1998, p. 129 (énfasis del autor).

⁶¹ Sartori, G.: 1998, p. 142.

⁶² Sartori, G.: 1998, p. 142.

⁶³ Popper, K.: 1992, p. 395.

⁶⁴ Sartori, G.: 1998, p. 132.

⁶⁵ Popper, K.: 1992, p. 296.

ningún otro medio es el productor el que produce al consumidor”⁶⁶

Sobre la base de lo anterior, podemos aseverar que el discurso de Popper en el libro *La sociedad abierta y sus enemigos*, coincide en gran medida con el de Sartori en el texto *Homo videns*. Sobre todo, en los conceptos de racionalidad, progreso, libertad, democracia y escepticismo.

Con relación al libro *La televisión es mala maestra* de Karl Popper y John Condry encontramos concepciones similares a las de Sartori. Este último manifiesta: “todos o casi todos están de acuerdo sobre el hecho del deterioro progresivo de la información televisiva a niveles bajísimos”⁶⁷. Y Popper expresa: “la frecuencia de demasiadas estaciones emisoras en competencia. ¿Por qué compiten? Obviamente, por ganarse a los telespectadores y no, permítaseme decirlo así, por un fin educativo. No compiten para producir programas de sólida calidad moral, para producir transmisiones que enseñen a los niños algún género de ética”⁶⁸.

En el párrafo de Sartori antes citado aclara su posición con respecto a la *televisión* que es prácticamente igual a la esbozada por Popper: “ofrecer al público niveles de producción cada vez peores. (...) El hecho es que cuanto más se emplea este género «pícoso», más se educa a la gente a exigirlo. Y desde el momento en que este tipo de intervención es el más fácil de entender para los productores y el que produce más fácil reacción por parte del público, se determina así una situación con la que se deja de pensar en intervenciones más difíciles”⁶⁹.

El concepto de *democracia* en ambos autores es susceptible de discusión. Mientras Sartori se muestra claramente a favor de la democracia representativa, Popper en su libro *La sociedad abierta y sus enemigos*, no establece tal distinción. Sartori cuestiona la influencia nociva que la democracia representativa padece y de qué modo indirectamente favorece a la dictadura. Por su parte, Popper en su libro *La televisión es mala maestra* expresa: “En la democracia, como lo he sostenido otras veces, no hay nada más que un principio de defensa de la dictadura”⁷⁰. Por supuesto que al margen de las críticas, ambos pensadores consideran a la democracia como el modelo más confiable para la sociedad. Pero sin dejar de tener en cuenta las objeciones que realizan, las nociones acerca de la democracia son en Sartori y en Popper muy similares. No obstante, no podemos fundamentar su equivalencia conceptual sino sólo su similitud.

En ambos autores hay una crítica condenatoria de la televisión. Sartori dice: “la televisión puede mentir y falsear la verdad, exactamente igual que cualquier otro instrumento de comunicación”⁷¹. Popper manifiesta: “tanto los niños como los adultos no siempre son capaces de distinguir lo que es ficción de lo que es realidad”⁷². Sartori pone énfasis, en la incidencia perjudicial de la televisión sobre el poder político: “creo que somos muchos los que estamos de acuerdo, aunque sólo lo digamos en voz baja, que la sondeodependencia es nociva, que las encuestas deberían tener menos peso del que tienen, y que las credenciales democráticas (e incluso «objetivas») del instrumento son espurias”⁷³. Popper, por su lado, aclara: “una democracia no puede existir si no se somete a control la televisión, o más precisa-

⁶⁶ Sartori, G.: 1998, p. 139.

⁶⁷ Sartori, G.: 1998, p. 139.

⁶⁸ Popper, K.: *La televisión es mala maestra*, México, F.C.E., 1998, pp. 43-44.

⁶⁹ Popper, K.: 1998, p. 46.

⁷⁰ Popper, K.: 1998, p. 45.

⁷¹ Sartori, G.: 1998, p. 99.

⁷² Popper, K.: 1998, p. 21.

⁷³ Popper, K.: 1998, p. 53.

mente, no puede existir por largo tiempo en tanto el poder de la televisión no se haya descubierto plenamente. Hablo así, porque también los enemigos de la democracia no están todavía totalmente conscientes del poder de la televisión”⁷⁴. La cita mencionada no sólo describe el poder destructivo de la televisión, sino que nos induce a relacionar a ésta, con la sociedad cerrada. En *La sociedad abierta y sus enemigos* se hace hincapié en la violencia que se ejerce en la sociedad cerrada, en oposición al diálogo racional articulado en la sociedad abierta. Además, la sociedad abierta cuenta con individuos libres que piensan autónomamente, mientras que la sociedad teledirigida supone un antagonismo entre la autonomía y la heteronomía de la razón, en donde la primera aparece como un estandarte significativo de la sociedad abierta y la segunda impera como un emblema representativo de la sociedad cerrada.

⁷⁴ Popper, K.: 1998, p. 5.

4. La relación entre el pensamiento de Giovanni Sartori y el de Marshall McLuhan

En su obra *La Galaxia Gutenberg* McLuhan busca generalizar la hipótesis de Albert Lord en su libro *The singer of Tales* y de Milman Parry en sus estudios sobre Homero, ofreciendo una lectura de la tradición que invierte la perspectiva supuestamente «normal» del mundo occidental alfabetizado. Parry había mostrado que la poesía oral y la escrita siguieron modelos y funciones diferentes y que la forma de la poesía oral depende de que es aprendida y practicada sin saber leer ni escribir. McLuhan advierte que la organización de la sociedad «oral» es diferente de la de la sociedad «escrita». Esta diferencia sólo se hace visible en un momento de tránsito como el que vivimos. La forma de pensamiento y de experiencia «oral» nos ayuda a comprender la «era eléctrica» en la que estamos entrando, ya que es posible establecer un paralelo entre el pasaje que vivieron los isabelinos ingleses y el cambio de época que estamos viviendo (aunque inverso, porque los isabelinos pasaron de la interdependencia corporativa al individualismo y nosotros pasamos del individualismo a la «aldea global»). La era eléctrica (con su interdependencia) se opone a la era mecánica y tipográfica de Gutenberg (con su individualismo) que rigió los últimos cinco siglos. Son formas de sociedad y experiencia contrapuestas.

El objeto de investigación de *La Galaxia Gutenberg* es poder determinar aquello que causó el cambio básico de actitudes, creencias y valores que provocaron la revolución tecnológica. Persigue este objetivo con un método experimental análogo al desarrollado en la medicina, consistente en eliminar un órgano para ver qué función cumple. Para McLuhan se trata de estudiar las culturas orales (con audición) para compararlas con las alfabéticas (sin audición), observando las perturbaciones históricas resultantes del alfabeto y la imprenta. *La Galaxia Gutenberg* investiga cómo las formas de experiencia, la perspectiva mental y la expresión fueron alteradas con el alfabeto fonético, primero, y con la imprenta después. Las formas de pensamiento se corresponden con las formas de organización de la experiencia social y política. Lo importante es el cambio de la *estructura social*, que es paralelo al económico, donde se pasó del trueque al intercambio con dinero. La época de la electricidad es post-alfabetizada, semejante a las formas y estructuras de interdependencia humana y de expresión «orales». McLuhan, como Popper y Sartori, piensa que las transformaciones producidas con la invención del lenguaje fonético (primero) y de la imprenta (después) han señalado los momentos centrales de la revolución decisiva en la historia humana. Sin embargo, mientras que los últimos temen que los cambios producidos por las tecnologías eléctricas conduzcan al hombre y a la sociedad a procesos regresivos o involutivos, McLuhan adopta una postura más optimista. Su concepto de «aldea global» no tiene las connotaciones negativas que en Popper lo asocian a las sociedades cerradas, es decir, no libres, no democráticas o totalitarias. Tampoco su concepto de medios electrónicos tiene la valoración negativa que tiene en Sartori, sino que, por el contrario, implica una evolución más integral de las capacidades humanas.

Desde el marco teórico de McLuhan, el hombre es definido como un animal que construye instrumentos, tales como el lenguaje, el hablar, la escritura o la radio. El lenguaje es un *instrumento* en función de la comunicación⁷⁵, es exteriorización de sentimientos e ideas⁷⁶. Sartori coincide con McLuhan en la aceptación del supuesto de la «naturaleza

⁷⁵ McLuhan, M.: *La Galaxia Gutenberg, Génesis del homo typographicus*, Madrid, Editorial Aguilar, 1972, p. 15.

⁷⁶ McLuhan, M.: 1972, p. 17.

humana”, aunque ambos autores caracterizan esta naturaleza de manera diferente. Para Sartori la naturaleza del hombre se define por la capacidad simbólica y por el pensamiento crítico, que es indisoluble del lenguaje escrito. Para McLuhan la naturaleza del hombre se caracteriza por la acción productiva, por la capacidad de inventar instrumentos. En consecuencia, para este último autor, el ser del hombre no queda atado a ninguno de los instrumentos inventados y cada instrumento o técnica nuevos implican un enriquecimiento de su naturaleza. Así, para este autor, la televisión y los medios electrónicos producen un progreso y un avance, mientras que para Sartori están indicando tendencias regresivas e involutivas para la especie.

Para McLuhan, las técnicas y las artes pueden ser consideradas extensiones de las capacidades corporales, pero la construcción de nuevos instrumentos puede acrecentar ciertas capacidades, sentidos o facultades del hombre y al mismo tiempo “extorsionar” otras. Esta extorsión fue producida por la hegemonía de lo visual, potenciada por los lenguajes fonéticos y por la imprenta. McLuhan sigue la hipótesis de White en *La ciencia de la cultura* (hipótesis contraria a la de Lévi-Strauss en *Tristes trópicos*) quien sostiene que la función básica del lenguaje es hacer posible la *acumulación* de experiencias y conocimiento. El lenguaje es una *metáfora* que *acumula* y *transmite* la experiencia, posibilitado por la capacidad de transferencia de los sentidos.

La extensión de nuestros sentidos se ha hecho al precio de constituir sistemas *cerrados*. Mientras que los sentidos corporales son sistemas abiertos porque la conciencia traduce unos en otros, las herramientas tecnológicas constituyen sistemas cerrados incapaces de interacción o *conciencia colectiva*. La velocidad de las herramientas tecnológicas ya no soporta los sistemas cerrados. La exigencia de sistemas abiertos y globales, multilineales, de un campo abierto⁷⁷ es propia de nuestra era eléctrica⁷⁸. Así como la imagen de la física tradicional (cartesiana o newtoniana) era mecánica y compatible con un espacio y tiempo absolutos, la física actual ya no puede partir de tales supuestos. El cuestionamiento de los supuestos newtonianos (espacio y tiempo absolutos) o de los supuestos materialistas (átomos) se debe a un cambio en la forma ordinaria de hablar y actuar motivado por la *adopción de nuevos instrumentos*. La unilinealidad de los procesos ha sido reemplazada por una *multilinealidad*. Si, para Popper, las oposiciones decisivas son cerrado-abierto, tribal-urbano, totalitario-democrático, dogmático-crítico; para McLuhan la oposición central es unicausal-multicausal, progreso unilineal-integración transversal. Citando la *Historia de los inventos mecánicos* de A. P. Usher, dice: “Si se dan de lado los conceptos lineales de evolución y se considera el desarrollo de la civilización francamente como un proceso multilineal, mucho se habrá avanzado en la comprensión de la historia de la cultura occidental, como integración progresiva de muchos elementos separados”. El desarrollo de un “punto de vista” histórico está relacionado con los sistemas cerrados como el de la tipografía. Pone a Tocqueville como ejemplo de otra forma de hacer historiografía, donde el mundo es pensado en su conjunto como un campo abierto. El método de Tocqueville es semejante al planteado por el biólogo Young, quien sostiene que el cerebro provee de “centros de interacción o lugares de mezcla, lo que nos

⁷⁷ McLuhan, M.: 1972, pp. 19-20.

⁷⁸ La contraposición conceptual “abierto-cerrado” se utiliza en dos sentidos diferentes: por un lado, abierto se refiere a la traducción de unos en otros de los mensajes, a lo multilineal, a la integración progresiva de elementos separados, propia de las culturas audio-táctiles, y lo cerrado a la imposición de una perspectiva o punto de vista, propia de las culturas visuales, fonéticas. Por otro lado, abierto se refiere a la abstracción posibilitada por el alfabeto fonético, y cerrado a las sociedades tribales, no modernas.

permite reaccionar ante el mundo en su conjunto”⁷⁹.

También *La sociedad abierta y sus enemigos* de Popper estudia la destrribalización del mundo antiguo y la retribalización del mundo moderno, aunque no tiene en cuenta la dinámica de nuestros sentidos como factor en la apertura o cierre de las sociedades. Para Popper, las sociedades tribales son sociedades cerradas que tienen una unidad biológica, mientras que las sociedades modernas son abiertas y funcionan en gran parte por medio de relaciones abstractas, tales como el intercambio y la cooperación. La hipótesis de McLuhan es que la abstracción o la apertura de las sociedades es producto del alfabeto fonético y no de cualquier otra forma de escritura o de tecnología. Si las sociedades cerradas son el resultado de las tecnologías basadas en el lenguaje hablado, el tambor y el oído, entonces las sociedades modernas “eléctricas” integran a todos los hombres en una sola “aldea global”.

La abstracción o apertura (en el sentido de Popper) de las sociedades es obra del alfabeto fonético. “La interiorización de la tecnología del alfabeto fonético traslada al hombre desde el mundo mágico del oído al mundo neutro de lo visual”. Mientras que los sentidos corporales eran abiertos, la extensión tecnológica de los sentidos los hizo cerrados y ahora se requiere volver a abrirlos porque son simultáneos y globales.

McLuhan señala que los africanos “analfabetos” parten en su educación de una concepción orgánica donde cada uno es parte de un todo (familia, clan) al que está totalmente subordinado por lo que no puede pensarse como una unidad independiente que confía en sí mismo. La limitación impuesta a lo intelectual (supresión de su vida mental y personal) se compensa en estas culturas con una gran libertad temperamental, para expresar sus sentimientos. Su educación depende mucho más de la palabra hablada, cargada de elementos dramáticos y emocionales. El occidental depende de la conformación visual de las relaciones espacio-temporales para pensar o percibir un orden causal mecánico. “En cualquier medio occidental, el niño está rodeado por una tecnología visual, abstracta y explícita, de tiempo uniforme y espacio continuo, en los que la «causa» eficiente y trascendente, y en los que las cosas se mueven y ocurren, por orden sucesivo, en planos únicos”⁸⁰. La producción libre de ideas sólo es posible cuando se ha separado la palabra de la acción, cuando de los pensamientos verbales no se sigue necesariamente un “poder de la palabra”, de lo contrario la sociedad debe impedir (coerción social) todo pensamiento independiente en razón del riesgo que representa para el orden social. Para las sociedades analfabetas la “verbalización interna es conducta social efectiva” (como se ha mostrado en la «purgas» rusas). Los medios de comunicación son públicos y lo que se exprese en ellos también, por lo tanto, los intereses particulares o privados quedan fuera de ese ámbito y no es lícito “mediatizarlos” de ese modo.

⁷⁹McLuhan, M.: 1972, p. 20.

⁸⁰McLuhan, M.: 1972, p. 36.

MUNDO VISUAL

- * Individuo autónomo, frío y neutro
- * Mundo visual indiferente
- * Mundo neutro y frío
- * La palabra escrita deviene estática. Las palabras son sólo portadoras de sentido y significación
- * La escritura fonética separó pensamiento y acción (y es posible que la esquizofrenia sea una consecuencia necesaria de la alfabetización)
- * Lo visual es lo explícito; lo uniforme, lo secuencial

MUNDO AUDIO-TACTIL

- * Parte de un organismo, expresión de sentimientos
- * Mundo de sonidos cargados de significados, directos y personales
- * Mundo hiperestético, caliente
- * Las palabras son fuerzas resonantes, vivas, activas, dinámicas, naturales, fuerza mágica
- * La verbalización interna es una conducta social efectiva

- * Los modos analfabetos son implícitos, simultáneos y discontinuos

La escisión entre el mundo mágico del oído y el mundo neutro del ojo hace posible la aparición del individuo destribalizado. No es la escritura (pictográfica, ideográfica o jeroglífica) la que produce la destribalización, sino el alfabeto fonético, que separó el significado del sonido y relacionó los sonidos con un código visual (letras). Las revoluciones se producen no inmediatamente a la extensión técnica de un sentido sino en una fase posterior cuando se "ajusta toda la vida social y personal al nuevo modelo de percepción establecido por la nueva tecnología"⁸¹

E. A. Poe escribió que "«es cierto que el simple acto de redactar tiende en gran medida a hacer lógico el pensamiento». La escritura lineal y alfabética hizo posible la súbita invención de «gramáticas» del pensamiento y de la ciencia por los griegos. Estas gramáticas o deletreos explícitos de procesos sociales y personales fueron visualizaciones de funciones y relaciones no visuales"⁸². Si bien los griegos conocieron la perspectiva no se interesaron por ella, ya que ésta requiere un punto de vista fijo, y éste sólo se hizo generalizable a partir de la cultura de la imprenta, que permite abstraer lo visual del complejo audio-táctil. La tendencia hacia lo visual permitió a los griegos inventar la historia, donde el pasado sirve como explicación del presente, siguiendo la secuencia narrativa cronológica. El pasado es lo conocido, y en tanto tal es lo que ofrece seguridad, "felicidad y paz". El tiempo es concebido igualmente como homogéneo: "Tiene el carácter de una secuencia ininterrumpida de sucesos".

Las notas componentes básicas de un mundo visual emergente de una matriz audio-táctil son: *homogeneidad, uniformidad, continuidad, repetición*. Sólo la interiorización y asimilación del alfabeto fonético hizo posible los descubrimientos griegos en las artes y las ciencias. Los artistas más importantes entre los griegos fueron los grabadores y celadores (los que trabajan los metales), cuyo trabajo es más táctil que visual (como el del escultor o el del pintor). Los estudios de Seltman siguen un método de campo acústico "no en perspectiva, sino como una configuración o mosaico de distintos elementos en un campo. La coexistencia de las figuras en el campo plano y la interacción entre ellas, crean un conocimiento a múltiples niveles y multisensorio. Esta forma de enfocar el tema tiende a participar del espacio auditivo, no cerrado, inclusivo"⁸³.

"La invención de la tipografía confirmó y extendió la nueva tendencia visual del conocimiento aplicado, proporcionando el primer «producto» uniformemente repetible, la primera línea tipográfica y la primera producción en masa".

⁸¹ McLuhan, M.: 1972, p. 42.

⁸² McLuhan, M.: 1972, p. 42.

⁸³ McLuhan, M.: 1972, p. 97.

5. Incidencias culturales y políticas de la televisión según Pierre Bourdieu: Violencia simbólica y movilización

5.1. Introducción

El propósito de este apartado 5 es bosquejar el modo en que intervienen la ideología, entendida como visión distorsionada de la realidad social, y el mercado en los efectos culturales y políticos de la televisión según el enfoque de Bourdieu. La televisión ejerce una forma de violencia simbólica y puede provocar la movilización o desmovilización de los sectores mayoritarios de la sociedad. En esas incidencias intervienen indirectamente, a través suyo, la lógica del mercado y el sistema de representaciones establecido (ideología) en los agentes que operan en ella, (periodistas, comunicadores, productores) por sus propios mecanismos de funcionamiento: competencia por las cuotas de mercado que instalan a los índices de audiencia como criterio para la configuración de ese sistema de representaciones.

Ambos aspectos, considerados por Bourdieu, se encuentran sin embargo ausentes en el tratamiento que realiza Sartori en *Homo videns* del problema de los efectos políticos de la televisión. Su análisis enfatiza la primacía de la imagen instalada por la televisión. Esa primacía generaría una cultura de la imagen que desplazaría a la cultura del concepto requerida por una sociedad democrática. Los efectos políticos de la televisión debilitarían, en consecuencia, la organización democrática de la sociedad.

En la relación entre la televisión y la organización política de la sociedad no intervienen, en el análisis de Sartori, otros factores. La variable determinante, por decirlo en términos clásicos, es la televisión, caracterizada como la portadora de la cultura de la imagen ya mencionada, y la variable dependiente es el carácter democrático de la organización política de la sociedad. La democracia requiere de una cultura del concepto, a la que corresponde un tipo de hombre capaz de ser un sujeto autónomo por haber desarrollado competencias cognitivas y argumentativas formales, un *homo sapiens*. A la cultura de la imagen corresponde, en cambio, un tipo de hombre que no ha desarrollado tales competencias, un *homo videns* que, debido a esa carencia, sería un sujeto heterónomo. La presencia creciente de la televisión incide, por lo tanto, en el debilitamiento de la organización democrática de la sociedad. Tal es, a grandes rasgos, la tesis de Sartori en *Homo videns*. Resulta notoria la desconsideración de variables intervinientes básicas, de índole cultural o económica, cuya relevancia resulta razonable presumir, sobre todo cuando entre los autores mencionados por el mismo Sartori por haberse ocupado del mismo problema se encuentran algunos, como Bourdieu, que las tuvieron en cuenta de modo ostensible.

Para Sartori la televisión es un medio cualitativamente distinto de los demás por la primacía de la imagen. Para Bourdieu lo es porque sus mecanismos internos permiten el ingreso de la lógica del mercado al campo periodístico y, desde allí, a todos los campos de producción cultural, vulnerando sus autonomías. No es la primacía de la imagen sino la de la lógica del mercado la que a través de la televisión y sus consecuencias sobre la producción cultural y la representación pública de la realidad social provoca el debilitamiento de la democracia o, en un sentido más acorde con el enfoque de Bourdieu, los obstáculos para su realización efectiva.

El primado de la imagen supone en Sartori la posibilidad de una imagen pura, disociada del lenguaje. A partir de algunas observaciones de Bourdieu abordamos un primado que no supone tal disociación y constituye, por así decir, un primado discursivo de la imagen televisiva que, dado ese carácter, puede ser objeto de una crítica desde la imagen misma.

Cabe agregar que para Sártori los efectos de la televisión son siempre negativos. Para Bourdieu, en cambio, mediante la televisión se podría llevar a cabo una revolución simbólica, en el sentido de cambio de estructuras mentales o categorías de percepción y valoración. No es casual que su texto sobre la televisión sea el de una exposición realizada por ese medio. Nos muestra una excepción posible en la no se presenta la censura articulada por los condicionamientos televisivos.

5. 2. Aspectos problemáticos del análisis de Sartori en *Homo videns*

La tesis de fondo de Sartori afirma que la televisión instala una cultura de la imagen que desplaza a una cultura del concepto, retro trayendo al *homo sapiens* propio de ésta, al *homo videns* propio de aquella. La consecuencia política de ese desplazamiento es una democracia vulnerada y una sociedad teledirigida. Dos aspectos problemáticos resultan, en el análisis de Sartori:

Uno consiste en un supuesto: su tesis, cuyo eje reside en la afirmación de la primacía de la imagen, supone la posibilidad de una imagen pura, dissociada del lenguaje y opuesta a sus formas conceptuales y argumentativas.

Otro reside en su desconsideración de otras variables, además de la televisión, ya que la misma puede ser considerada como una variable dependiente de otros factores, económicos, sociales, políticos e institucionales que configuran una constelación de consecuencias más compleja.

Como señalamos, la televisión, según Sartori, incide en el debilitamiento del sistema y el gobierno democráticos de modo directo y en virtud de aspectos intrínsecos a su peculiar naturaleza dentro de los medios de comunicación masiva. Su sola presencia, múltiple y creciente, instala en el ser humano, desde su infancia, un hábito por la imagen que desplaza al hábito por el concepto consolidado desde la invención de la imprenta. El individuo como sujeto autónomo que hace uso de su entendimiento puede situarse en ese período que transcurre entre la utilización de la imprenta como medio que hace posible la difusión masiva de la palabra escrita y la instalación masiva de la televisión que desplaza esa difusión por la de la imagen.

Resulta notoria la ausencia de aspectos que algunos autores, citados o mencionados por Sartori, consideran relevantes. En ningún momento considera los aspectos ideológicos de la transmisión televisiva ni la lógica de mercado que rige su programación. Sólo un aspecto de la televisión es enfatizado: la primacía de la imagen.

Bourdieu bosqueja un análisis cuyas conclusiones pueden presentar alguna similitud y complementariedad con los de Sartori en cuanto a los efectos políticos de la televisión como medio de comunicación masiva, pero el modo en el que incide políticamente según Bourdieu difiere notoriamente del desarrollado por Sartori.

La competencia por las cuotas de mercado a través de los índices de audiencia, según el análisis de Bourdieu, introduce la lógica del mercado en el campo de la comunicación y se extiende desde allí a todos los campos de producción cultural. La índole de la programación televisiva se configura de acuerdo a lo que los productores imaginan que obtendrá índices de audiencia más altos. Así, el criterio de tales operadores configura, de acuerdo con su representación de lo que le gusta a la mayoría, una visión del mundo fragmentada y trivial, expresada en un discurso desarticulado y pobre. Ambos son *ideológicos* en tanto ocultan problemas socialmente relevantes. La transmisión de esa visión y ese discurso es, sobre todo en los sectores cuyo capital cultural es escaso, *formativa*: influye en la manera de ver el mundo, de

hablar y de participar o no, de movilizarse o desmovilizarse políticamente.

5.3. Aspectos ausentes en el análisis de Sartori: ideología y mercado

El problema planteado, sin embargo, al margen de los barnices antropológicos o históricos, resulta relevante para la investigación social y filosófica. La relación entre las características peculiares del medio de comunicación televisivo y sus consecuencias políticas, en particular su incidencia en el debilitamiento de la democracia, se trata de un problema compartido por investigadores pertenecientes a diversas ciencias sociales y filosóficas. Algunos de estos autores son mencionados por Sartori, sin embargo no parece haber considerado aspectos que en las investigaciones de los mismos tienen un peso relevante, que hubieran podido complementarse con su tesis de fondo, enriquecerla o bien, en ocasiones, entrar en conflicto con ella. En ningún momento desarrolla Sartori un análisis de los aspectos *ideológicos* de la *transmisión* televisiva, es decir, por ejemplo, de cómo el "mensaje -medic" reproduce materialmente la estructura social dentro de la que tiene lugar por medio de la producción de una representación de la realidad social que oculta los mecanismos impersonales de esa producción, su carácter conflictivo, histórico y, de este modo, su posible transformación.

Tampoco se detiene en la incidencia que puede tener la configuración actual del mercado en la índole de la programación televisiva. Aunque figura en su bibliografía, parece no haber considerado el minucioso análisis que, en los textos reunidos en *Sobre la televisión*, realiza Bourdieu al respecto, señalando de qué modo la lógica del mercado, a través de los índices de audiencia, configura esa programación, su carácter despolitizante, su influencia sobre el campo periodístico en general y, a través de éste, la formación de la opinión pública mediante la consolidación de los lugares comunes de la trivialidad y el sensacionalismo.

Por el contrario su tesis se ubica, a la vez, en un plano naturalista y voluntarista: el vídeo-medio es involutivo, este proceso se ha instalado y su desarrollo es inexorable. Lo único que puede atenuarlo es la toma de conciencia, por parte de los padres, de que sus niños involucionan fatalmente frente la pantalla del televisor o la computadora y, sobre todo, la toma de conciencia, por parte de las escuelas, de que al incorporar como recursos didácticos los productos de la cultura de la imagen creyendo ingenuamente modernizar su enseñanza no hacen más que atrofiar el aprendizaje de sus alumnos. Así, para detener, o al menos resguardar, la extinción del *homo sapiens*, los padres esclarecidos debieran apagar sus televisores y computadoras, o vigilar y controlar rigurosamente el tiempo y el modo de su utilización y, de modo similar, las escuelas tendrían que desterrar los recursos audiovisuales y enfatizar la lectura, el cálculo y la escritura. Sartori señala con amargura que no hay indicios de tales actitudes.

Ambos aspectos, mercado e ideología, ausentes en el análisis de Sartori, pueden resultar complementarios y relevantes en la incidencia de la televisión en la configuración de la vida política y las transformaciones de la democracia actual con respecto a sus formas liberales o socialdemócratas clásicas.

El plano disciplinar del objeto de análisis, salvo en posibles aspectos etnográficos, sólo lateralmente o integrando un enfoque interdisciplinar, puede ser antropológico. Más pertinente resultaría la consideración de los planos sociológico, semiótico, histórico o algunos abordajes de las nuevas teorías de la comunicación o de la reciente "mediología". Nos limitaremos aquí a bosquejar algunas hipótesis que incluyen los aspectos mencionados a partir del enfoque de Pierre Bourdieu en la obra mencionada.

5.4. El primado de la imagen. Problemas de la oposición entre imagen y lenguaje. Del discurso articulado al discurso fragmentado.

Su distinción entre imagen y palabra supone la posibilidad de una imagen pura, sin mezcla con otro tipo de signo. Tal supuesto, examinado desde criterios clásicos en filosofía, permite calificar esa distinción, en un sentido kantiano, como *precritica*. En términos aristotélicos, la concepción de la imagen como "separable" es una concepción *sustancialista*. En la constelación actual del pensamiento filosófico esos epítetos resultan, para cualquier teoría, flancos problemáticos considerables. Ya vimos cómo la ampliación que realiza Cassirer de la definición aristotélica del hombre como animal racional a la del hombre como *animal simbólico*, que se manifiesta a través de *formas simbólicas*, no permite una disociación absoluta entre imagen y lenguaje. Sartori cita un fragmento de Cassirer donde se encuentra esa definición pero no parece haber considerado el carácter *crítico y funcionalista* del enfoque del texto donde se encuentra ese fragmento; carácter explicitado en su sentido kantiano y antiaristotélico por Cassirer en el texto mencionado y en el resto de su obra.

Consideraremos, entonces, la problemática que presenta la tesis del primado de la imagen. Utilizaremos, parcialmente, la perspectiva de Bourdieu, que ha reconocido su deuda intelectual con Cassirer precisamente en lo que se vincula con el carácter crítico y funcionalista o *relacionalista* mencionado.

Según Bourdieu la imagen televisiva suele ir acompañada por un texto o una voz que le dice al telespectador lo que tiene que ver. En esta característica que señala Bourdieu podemos encontrar, o abrir, una veta que conduce a una hipótesis que sostiene que no hay un desplazamiento de la cultura del concepto por la de una cultura de la imagen, sino un desplazamiento preeminentemente discursivo. La veta consiste en postular la universalidad en lugar de la frecuencia: toda imagen supone, siempre, un texto o una voz. El lenguaje, de modo parecido a la apercepción kantiana, acompaña todas nuestras representaciones. Y las hace posibles como tales representaciones. Toda imagen es imagen de algo porque hay un lenguaje que la delimita como tal y la distingue de otras imágenes. En 1929 el lingüista ruso Valentin Voloshinov advertía que la palabra es el medio esencial que acompaña y comenta todos y cada uno de los tipos de creatividad ideológica. Los fenómenos ideológicos no pueden comprenderse sin la intervención de la palabra. Todos los signos no verbales están inmersos en el elemento del lenguaje (lo que no implica que los pueda reemplazar). "Cada refracción ideológica -dice Voloshinov- de una existencia en proceso de generación, cualquiera que sea la naturaleza de su material significante, es acompañada por una refracción ideológica en la palabra como fenómeno concomitante obligatorio. La palabra está presente en cada uno de los actos de comprensión y en cada uno de los actos de interpretación"⁸⁴

No contamos con investigaciones suficientes acerca del desarrollo de la percepción y el lenguaje durante algún presumiblemente largo y complejo proceso de hominización, pero parece razonable admitir al menos como postulado legítimo la afirmación de la inseparabilidad de imagen y lenguaje en el ser humano ya constituido como tal. Si suponemos algún eslabón evolutivo en el que existe una percepción prelingüística la hipótesis de Sartori tendría un carácter involutivo más drástico: el "homo videns" no sería sólo prehistórico sino prehumano o animal, lo que tornaría más graves pero menos verosímiles a los efectos que Sartori atribuye a

⁸⁴ Voloshinov, V.: *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*, Buenos Aires, Editorial Nueva Visión, 1976, p. 27.

la televisión.

Con respecto a las representaciones televisivas podemos decir, con términos de Peirce, que los signos televisivos no son exclusiva o fundamentalmente icónicos. Lo simbólico tiene un peso relevante, sobre todo si consideramos que muchas veces los *íconos*, debido a un código cultural tradicional o incorporado, precisamente, por el lenguaje que los acompaña, se vuelven *símbolos* o, en términos saussureanos, *significantes*. No hay imagen pura sino siempre configurada por un lenguaje. Las características del lenguaje televisivo, deteriorado, de vocabulario escaso, predominantemente oral, reiterativo, invadido crecientemente por las estrategias del discurso publicitario, articulan imágenes comprensibles para todos, aún para una teleaudiencia analfabeta.

La relación de la imagen con la palabra no es, entonces, de subordinación de la palabra con respecto a la imagen sino más bien lo inverso, en tanto el significado de la imagen es articulado por el lenguaje de la tradición o por el de la publicidad o el periodismo. Lo significativo no es entonces el aparente predominio de la imagen sino el tipo de imagen que predomina, es decir el tipo de lenguaje que la articula. Un lenguaje cuya función principal es, básicamente directiva ("¡Llame ya!", "No se vaya que enseguida volvemos con más noticias", etc.).

Enfatizamos, tal vez superlativamente, en el análisis de Bourdieu, la importancia del discurso. Tal énfasis permite formular la hipótesis mencionada, diferente y en algunos aspectos, como el considerado con respecto a la relación entre imagen y lenguaje, opuesta a la de Sartori: no se trata del desplazamiento de una cultura del concepto por una cultura de la imagen, sino del desplazamiento de un discurso articulado racional o estéticamente por un discurso desarticulado, fragmentado y efímero. La articulación racional o estética supone tiempos y competencias inadecuados y hasta contradictorios con la dinámica del mercado. La desarticulación, la fragmentación y la velocidad, en cambio, proporcionan representaciones adecuadas y consistentes con esa dinámica, asegurando su permanencia a través de su reproducción. La fragmentación y la velocidad trivializan y diluyen la escasa información que pueda presentarse en la pantalla. Tal predominio de la trivialidad oculta, por nivelación o por omisión, las informaciones o interpretaciones relevantes. En este sentido, las características señaladas hacen del discurso televisivo un discurso *ideológico*.

Frente a la tesis de la primacía de la imagen, que sostiene Sartori, se puede afirmar, a partir del pensamiento de Bourdieu, que no se trata de un desplazamiento de la cultura del concepto por la cultura de la imagen, sino de la cultura de un discurso por la de otro tipo de discurso y que tal desplazamiento no se produce sólo por una novedad tecnológica sino por la colonización, a través de los flancos débiles de su dinámica interna, del campo comunicativo por el campo económico. Tal colonización hace que la televisión no sea ajena al desplazamiento de lo político por lo económico característico desde el derrumbe del Estado de bienestar.

Como señalamos, la televisión, según Sartori, incide en el debilitamiento del sistema y el gobierno democráticos de modo directo y en virtud de aspectos intrínsecos a su peculiar naturaleza dentro de los medios de comunicación masiva. Su sola presencia, múltiple y creciente, instala en el ser humano, desde su infancia, un hábito por la imagen que desplaza al hábito por el concepto consolidado desde la invención de la imprenta. El individuo como sujeto autónomo que hace uso de su entendimiento puede situarse en ese período que transcurre entre la utilización de la imprenta como medio que hace posible la difusión masiva de la palabra escrita y la instalación masiva de la televisión que desplaza esa difusión por la de la imagen.

5. 5. Una crítica de la imagen pura como análisis de sus condiciones discursivas de producción

En otro momento de su análisis, Bourdieu sugiere que una crítica de la imagen a través de la imagen sería más eficaz que la del solo discurso. Una crítica semejante encuentra una ejemplificación en lo que realiza Jean Luc Godard en *Tous va bien, Ici et ailleurs* o *Common ça va*, ya que pone de manifiesto la ilusoriedad de una imagen pura desmontando su dimensión discursiva.

La información "en vivo y en directo" que nos ofrece la televisión es ilusoria. Sus datos, como todos los datos de los medios de comunicación masiva, son datos mediatos. Podríamos parafrasear el olvidado lenguaje de Bergson y hablar de "los datos *mediáticos* de la conciencia". Datos mediáticos que constituyen una *conciencia mediática*, es decir una conciencia cuya ilusoria inmediatez ya no es producto de la institución del lenguaje o de la tradición histórica, sino de los *medios*. Una conciencia que, retomando lo que abordamos en nuestra investigación anterior desde Habermas, no nace del mundo de la vida sino de su colonización tecnológica, colonizada, a su vez, por la lógica del mercado. Su emancipación puede encontrarse allí donde es colonizada si se introducen en ella diversos grados de *reflexión*. El primero de ellos se constituye literalmente como crítica inmanente de la imagen. La imagen que es mostrada como tal imagen es una imagen reflexiva, una *metaimagen*. El proceso de *desiconización* y correlativa *simbolización* que esto supone es, en tanto muestra las *condiciones de producción* de tal imagen, un proceso *crítico*. El interjuego que se realiza en el cine de Godard es un interjuego crítico entre imágenes y palabras. "Hay que confrontar las ideas vagas con imágenes claras", cita Jean Collet (1972) y comenta que, desde *Una mujer es una mujer* se le reprochaba a Godard: "(...) esas ideas vagas y esas imágenes demasiado claras, esos monólogos brumosos y esas imágenes ingenuas como un juego de niños. Prisionero, o bien del lenguaje o bien de las apariencias, el espectador no quería ver el verdadero juego al que lo invita Godard: las palabras que se descomponían al contacto con el film. Las apariencias que se traicionaban al contacto con las palabras"⁸⁵.

Bourdieu sitúa a Godard entre "los profesionales de la imagen comprometidos en la lucha por la independencia de su código de comunicación"⁸⁶ una de cuyas formas particulares es la reflexión crítica sobre las imágenes. Al respecto cita a Godard: "Esta labor significaba empezar a interrogarse políticamente sobre las imágenes y los sonidos, y sobre sus *relaciones*. Significaba no decir más: "es una imagen acertada", sino: "Es simplemente una imagen"; no decir más: "Es un oficial nordista a caballo"; sino: "Es la imagen de un caballo y un oficial".

Si tenemos en cuenta la articulación entre imagen y lenguaje antes señalada nuestra clave de lectura nos permite afirmar que se trata de mostrar cómo lo que aparece como una cosa o un estado de cosas no es más, -ni menos-, que un significante o juego de significantes. El análisis ulterior no busca las referencias indicadas por tales significantes sino las que constituyen sus condiciones de producción como significantes que pasan por datos, hechos o sucesos. El juego de coordinación entre ideas vagas e imágenes claras, así como entre ideas claras e imágenes vagas, es un juego crítico, de mutuo desmontaje. La crítica inmanente de la imagen, la crítica de la imagen por medio de la imagen misma, es una crítica del lenguaje

⁸⁵ Collet, J., 1972, p. 7

⁸⁶ Bourdieu, P.: 1997, p.10.

de la imagen como lenguaje *en* la imagen.

Una parte de la tesis de Sartori no parece afectada, ya que afirma el desplazamiento de una cultura del concepto, del pensamiento formal que trasciende lo sensible y, consecuentemente, lo imaginario. Nuestro análisis señala que tal desplazamiento no se produce por una cultura de la imagen sino por la de un lenguaje no articulado argumentativamente ni estéticamente pero cuya desarticulación es sistemática y funcional con respecto a sus condiciones no lingüísticas, materiales, de constitución y a su correspondiente configuración de un determinado tipo de imagen sobre la que es posible ejercer una crítica no sólo desde el análisis racional sino desde la imagen misma.

Sartori vincula el desplazamiento del pensamiento formal con el debilitamiento de la democracia. Caracteriza a la democracia como el gobierno de la opinión, seguramente pensando en una opinión pública que se forma a partir de discusiones racionales entre sujetos autónomos. Una opinión pública deteriorada por los medios de comunicación masiva, surgida de individuos que no son autónomos ni sujetos, debilita ciertamente a una democracia como la caracterizada. El problema que se presenta en este punto es que las discusiones que pueden originar una opinión pública no utilizan argumentaciones puramente formales. Las polémicas parlamentarias, políticas o periodísticas no son algorítmicas. Ninguna posición política se derrumba a causa de la afirmación del consecuente en un silogismo hipotético mixto. Son más bien las argumentaciones no formales y las retóricas las que cumplen un papel relevante en tales discusiones. Y en ciertos campos, como el jurídico, argumentos falaces para la lógica no lo son para la justicia positiva, como la argumentación *ad ignorantiam*. Por lo demás, si la imagen por sí sola no puede ser un factor de decadencia, - ya que, como vimos, no hay imagen por sí sola -, y puede, en cambio, ser ella misma crítica, - como acabamos de ver -, entonces el debilitamiento de la democracia como gobierno de una discusión pública no se vincula directamente con el desplazamiento del pensamiento formal ni, necesariamente, con la presencia de la televisión.

5. 6. Televisión y violencia simbólica

Las condiciones habituales de la televisión son la limitación del tiempo y la selección de los temas. Tal control constituye, según Bourdieu, una *censura*. Uno de los motivos del sometimiento a tales condiciones es el deseo de existir orientado por la creencia de que ser visto por televisión. O ser "bien visto" por los periodistas de televisión. El sometimiento a condiciones que son impuestas hacen de esa censura una pérdida de autonomía. Esas condiciones indican un control político de la comunicación televisiva que no es tanto coercitivo como originado en las relaciones existentes de poder, por ejemplo en el desempleo. El control económico que no se limita a los propietarios del medio ni a los anunciantes que pagan la publicidad. Detener la crítica en la acusación a tales agentes deja ocultos los mecanismos anónimos, invisibles, a través de los cuales se ejerce la censura mencionada y que convierten a la televisión en un "instrumento del mantenimiento del orden simbólico", una forma de "violencia simbólica". Los que practican y los que padecen la violencia simbólica no son conscientes de practicarla o padecerla. Un ejemplo de cómo la televisión ejerce la violencia simbólica es la "crónica de sucesos". Los sucesos de tales crónicas son elementos de distracción. Bourdieu compara su acción con la de los prestidigitadores que llaman la atención sobre una cosa distinta de la que están haciendo. Los hechos seleccionados por los noticieros televisivos se caracterizan por resultar interesantes para cualquiera y por satisfacer todos los gustos. Ese criterio supone que no deben escandalizar a nadie, ni descubrir nada que pueda

perjudicar algún interés poderoso. No deben dividir sino crear consenso. Por lo cual debe tratarse de hechos que no sean importantes en sí mismos ni por las controversias que puedan originar.

La atención es dirigida, entonces, hacia sucesos ruidosos, escandalosos, patéticos, sangrientos, pero inofensivos. Y desviada de otros hechos o procesos que sí son importantes porque se relacionan, por ejemplo, con la información que le permitiría a alguien ejercer sus derechos. El tiempo es ocupado por trivialidades estridentes y no por información necesaria para el ejercicio de una conducta básicamente autónoma.

La crónica de sucesos televisiva se diferencia de las noticias de la prensa escrita seria. Se dirige a todos. Cualquiera, desde un físico hasta un cartonero puede verlos. Pero verán cosas distintas. El profesional que tiene acceso a la lectura de la prensa escrita local o internacional, tanto de periódicos como de revistas, tendrá una "recepción" distinta a la del sector, en general mayoritario, que no lee el diario, porque no lo puede comprar o no sabe leer, o que lee diarios y revistas baratos que le ofrecen noticias semejantes a las que ve por televisión. La violencia reside aquí en el monopolio de la *información* y de la *formación* sobre ese sector.

5. 7. Televisión y ocultamiento

La televisión "oculta mostrando", al mostrar algo distinto de lo que tendría que mostrar si cumpliera con su función de informar, o cuando lo hace de modo que pase inadvertido o no parezca importante o ya interpretado en un sentido diferente al que indican los hechos, por ejemplo cuando a una huelga se le dedican pocos minutos después de los cuales se destina el doble o triple de tiempo a algún evento deportivo.

Bourdieu toma dos ejemplos de *La misère du monde*, de Patrick Champagne. Un capítulo se ocupa del tratamiento de los medios de comunicación a los fenómenos de los barrios periféricos. Muestra cómo los periodistas, debido a su predisposición profesional, a su visión del mundo, a su formación y a la lógica de su profesión seleccionan de esa realidad aspectos particulares en función de categorías de percepción propias. Seleccionan y elaboran lo seleccionado de acuerdo al principio de búsqueda de lo sensacional o espectacular. Incitan a la dramatización escenificando el suceso y exagerando su gravedad para volverlo trágico. Bourdieu afirma que eso mismo se hace con las palabras, con el lenguaje: "Con palabras corrientes no se deja pasmado al burgués ni al pueblo. Hacen falta palabras extraordinarias. De hecho, paradójicamente, *el mundo de la imagen está dominado por las palabras*. La foto no es nada sin el pie, sin la leyenda que dice lo que hay que leer - *legendum* -, es decir, a menudo, meras leyendas, que hacen ver lo que sea. Dar nombre, como es bien sabido, significa hacer ver, significa crear, significa alumbrar. Y las palabras pueden causar estragos, por ejemplo, *islam, islámico, islamista*: ¿El *chador* es islámico o islamista? ¿Y si se tratara, sencillamente, de un pañuelo, *sin más?*"⁸⁷

Las palabras televisivas le indican al telespectador lo que está viendo, son palabras que "(...) hacen cosas, crean fantasmagorías, temores, fobias, sencillamente, representaciones equivocadas"⁸⁸

Los periodistas se interesan por lo que es excepcional: "para ellos". Otorgan primacía a lo "extraordinario cotidiano": incendios, asesinatos, inundaciones. Y lo extraordinario en relación

⁸⁷ Bourdieu, P.: 1997, p. 25. Cursivas nuestras.

⁸⁸ Bourdieu, P.: 1997, p. 26.

con los otros canales o periódicos, la *exclusiva*, la *primicia*. Mostrar antes que los otros o de modo distinto o con detalles que los otros no llegaron a cubrir. Esta búsqueda de la exclusividad en otros campos produce originalidad, en el periodístico conduce a la uniformización y la banalización, - y puede tener efectos políticos debido al "efecto de realidad" atribuido a la imagen. Los incidentes del barrio pueden tener implicaciones políticas o éticas capaces de despertar sentimientos intensos en general negativos, como la xenofobia o el racismo y "(...) el hecho de informar *to record* de manera *periodística* implica siempre una elaboración social de la realidad capaz de provocar la movilización (o desmovilización) social"⁸⁹.

5. 8. Televisión y lucha política

Otro ejemplo, también tomado de Patrick Champagne, ilustra de qué modo la cosmovisión del periodista (sus intereses - lo que le interesa- sus prejuicios, sus categorías de percepción y valoración, sus expectativas inconcientes) puede producir efectos no deseados por nadie en la realidad.

Al ocuparse de una huelga de estudiantes de enseñanza media en 1986, tenían en mente el mayo del 68 y tenían la expectativa de un nuevo 68. Los estudiantes eran adolescentes no muy politizados que no sabían qué decir. Los periodistas buscaron portavoces entre los que eran más politizados y los tomaron en serio y los estudiantes se tomaron en serio a sí mismos. Y así se produjo "un nuevo 68". La televisión, de este modo, no refleja la realidad, sino que *crea realidades*. "(...) el mundo social está descripto - prescripto por la televisión. La televisión se convierte en el ámbito del acceso a la existencia social y política"⁹⁰. Y es así como la televisión interviene en la lucha política. Bourdieu recurre a un ejemplo hipotético: "Supongamos que trato de conseguir el derecho a la jubilación a los cincuenta años para el personal docente. Hace unos años, habría convocado una manifestación, y los reunidos habríamos llevado pancartas, habríamos desfilado, habríamos ido al Ministerio de educación; hoy en día, hay que contratar -apenas exagero- a un buen asesor de comunicación. Se preparan, de cara a los medios de comunicación, algunos trucos que resulten sorprendentes: disfraces, máscaras, y se consigue así, gracias a la televisión, un efecto que no debe andar muy lejos del que se obtendría con una manifestación de cincuenta mil personas"⁹¹.

Un factor fundamental en las luchas políticas es la "capacidad de imponer principios de visión del mundo, categorías que lo dividan (jóvenes y viejos, argentinos y bolivianos). La división configura grupos que se movilizan y presionan para obtener el reconocimiento de su existencia y los derechos a ventajas pertinentes.

5. 9. Mecanismos impersonales: la competencia por las cuotas de mercado

Ahora bien, el periodista es un ente abstracto que no existe concretamente, lo que existen periodistas diferentes según el sexo, la edad, el nivel de instrucción, y el periódico o el "medio" en el que trabaja. Las diferencias y conflictos del campo comunicacional ocultan similitudes profundas impuestas por una serie de *mecanismos* entre los que se destaca la *lógica de la competencia*. La competencia, en el campo comunicacional, no diversifica sino que homogeneiza. Esto se debe a los constreñimientos colectivos que impone la competencia " (...)

⁸⁹ Bourdieu, P.: 1997, p. 28.

⁹⁰ Bourdieu, P.: 1997, p. 28.

⁹¹ Bourdieu, P.: 1997, pp. 28 ss.

cada uno de los productores se ve obligado a hacer cosas que no haría si los demás no existieran”⁹².

La televisión es un medio de comunicación poco autónomo, se encuentra *controlado* por las censuras originales en las *relaciones de competencia* entre los periodistas, que son encarnizadas pero que son también *relaciones de complicidad objetiva* basadas en intereses comunes relacionados con su *posición* en el campo de la producción simbólica y en categorías de percepción y valoración compartidas debido a sus prácticas, su origen social y su formación.

La televisión ejerce su influencia sobre el conjunto de las actividades de producción cultural. Ha llevado a su límite la contradicción entre a) las condiciones económicas y sociales en las que hay que estar situado para producir un determinado tipo de obras tradicionalmente autónomas en relación con las imposiciones comerciales (producciones matemáticas, filosóficas, poéticas, etc.) y b) las condiciones sociales de transmisión de los productos obtenidos. “ (...) Es la contradicción entre las condiciones en las que hay que estar para poder hacer matemática de vanguardia, poesía de vanguardia, etc. Y las condiciones en las que hay que estar para poder transmitir esas producciones a todo el mundo”⁹³.

Y lleva a su límite esta contradicción porque se encuentra más sometido que cualquier otro medio de producción cultural a la presión comercial a través de los índices de audiencia. Además de esa contradicción existen *tensiones*. Entre quienes querían defender los valores de la autonomía, de la libertad con respecto a las exigencias de la publicidad, de las presiones o de los jefes y los que se someten a ellas. También señala Bourdieu: “ (...) la tensión entre lo que pide la profesión y las aspiraciones que quienes se dedican a ella adquieren en las escuelas de periodismo o en las facultades es cada vez mayor, aunque también hay quienes se adaptan muy pronto y muy bien, sobre todo si tienen ansias de trepar...”⁹⁴.

El campo periodístico es un microcosmos que tiene sus leyes propias y se define por su posición en el espacio social así como por las atracciones y repulsiones a que lo someten otros campos. Al ser, de este modo, *autónomo* no puede comprenderse lo que ocurre en él de forma directa a partir de factores externos. Lo que sucede en el periodismo no puede ser explicado, entonces, por factores económicos.

“Por ejemplo, no se puede explicar lo que se hace en TF1 únicamente por el hecho de que esta cadena pertenece a Bouygues. Es evidente que una explicación que no lo tuviera en cuenta sería insuficiente, pero la que sólo considerara éste hecho no lo sería menos. Y tal vez lo sería incluso más, porque daría la impresión de ser suficiente. Hay una variedad de materialismo de poca altura intelectual, asociada a la tradición marxista, que no explica nada, que denuncia sin sacar a la luz nada”⁹⁵.

Para comprender lo que sucede en TF1 hay que considerar su posición en su campo de relaciones objetivas entre las diferentes cadenas de televisión que compiten por el mercado. Tal competencia es definida por relaciones de fuerza no observables directamente pero sí a través de *indicadores*: las cuotas del mercado, el peso entre los anunciantes, el capital colectivo de periodistas de prestigio, etc. El conjunto de relaciones de fuerza objetivas, accesible indirectamente a través de estos indicadores, constituye la *estructura* del campo. En un campo hay relaciones de poder, - dominantes y dominados -, relaciones constantes, de desigualdad y luchas para transformar o conservar el campo. La competencia entre cadenas televisivas por los

⁹² Bourdieu, P.: 1997, p. 31.

⁹³ Bourdieu, P.: 1997, p. 51.

⁹⁴ Bourdieu, P.: 1997, p. 52.

⁹⁵ Bourdieu, P.: 1997, pp. 57-8.

televidentes, (o sea, por las cuotas del mercado) toma la forma de competencia entre periodistas por la exclusiva, la primicia, el prestigio profesional, etc. Esta última "no se sirve ni se ve como una lucha meramente económica por unas ganancias financieras"⁹⁶.

La historia del proceso de constitución de esta estructura del campo periodístico no comienza cuando aparece la televisión hacia los '50 sino cuando se vuelve, años después, dominante económica y simbólicamente.

5. 10. Televisión y desmovilización política

El poder de difusión de la televisión plantea al universo del periodismo escrito en particular, y al de la cultura en general, un problema nuevo, ya que ese poder produce efectos inéditos: "Por ejemplo, la televisión puede hacer que una noche, ante el telediario de las ocho, se reúna más gente que la que compra todos los diarios franceses de la mañana y de la tarde juntos. Si un medio de esas características suministra una información para todos los gustos, sin asperezas, homogeneizada, cabe imaginar los efectos políticos y culturales que de ello pueden resultar"⁹⁷. Cuanto más amplio es el público que un medio pretende alcanzar más ha de evitar asperezas o aspectos que puedan dividir. No planteará ningún problema o sólo problemas sin trascendencia.

"En la vida cotidiana se habla mucho del sol y de la lluvia porque se trata de un problema respecto al cual se tiene la seguridad de que no va a provocar roces, salvo si uno está de vacaciones y elogia el tiempo seco y soleado ante un campesino que necesita urgentemente que llueva, el tiempo es el tema intrascendente por antonomasia. Cuanto más extiende su difusión un periódico, más se orienta hacia los temas para todos los gustos que no plantean problemas. Se elabora el objeto en función de las categorías de percepción del receptor"⁹⁸.

Por esto la tendencia de la televisión como medio de difusión masiva es a homogeneizar, banalizar, conformar y despolitizar. Los objetivos de dicha tendencia no son fines perseguidos conscientemente. "Se trata de algo que se observa con frecuencia en el mundo social: ocurren cosas sin que nadie lo pretenda, aunque lo parezca (siempre hay quien dice: "Lo hacen adrede"). Y aquí es donde la crítica simplista resulta peligrosa: exime del esfuerzo que hay que hacer para comprender fenómenos como el de que, sin que nadie lo haya pretendido realmente, sin que las personas que financian la televisión hayan tenido prácticamente que intervenir, tengamos ese extraño producto que es el "telediario", que conviene a todo el mundo, que confirma cosas ya sabidas, y, sobre todo, que deja intactas las estructuras mentales"⁹⁹.

Las revoluciones simbólicas llevadas a cabo por grandes profetas religiosos, artísticos, científicos y, a veces, grandes profetas políticos, transforman nuestras estructuras mentales, cambian nuestra manera de ver y pensar. Manet, por ejemplo, provocó el derrumbe de una estructura sobre la que se apoyaba toda la enseñanza académica: la oposición entre lo antiguo y lo contemporáneo. Si la televisión iniciara un giro hacia una revolución simbólica de esta índole, despertaría reacciones adversas inmediatas. Pero, debido al efecto de la lógica de la competencia y de los mecanismos mencionados, es presumible que no lo hará. Se encuentra ajustada a las estructuras mentales del público. Un ejemplo de esto puede encontrarse en el "moralismo" de las maratones teleyisivas.***

⁹⁶ Bourdieu, P.: 1997, p. 60.

⁹⁷ Bourdieu, P.: 1997, p. 64

⁹⁸ Bourdieu, P.: 1997, pp. 64-5.

⁹⁹ Bourdieu, P.: 1997, p. 65.

5. 11. El moralismo televisivo

“Con buenos sentimientos, decía Gide, se hace mala literatura”, pero con ellos se “suben los índices de audiencia”. Es digno de reflexión el moralismo de los profesionales de la televisión: a menudo cínicos, hablan con un conformismo moral absolutamente asombroso. Nuestros presentadores de telediarios, nuestros moderadores de debates, nuestros comentaristas deportivos, se han convertido, sin tener que esforzarse demasiado, en solapados directores espirituales, portavoces de una moral típicamente pequeño-burguesa, que dicen “lo que hay que pensar” de lo que ellos llaman “los problemas de la sociedad”, la delincuencia en los barrios periféricos o la violencia en la escuela. Y lo mismo ocurre en el ámbito de la literatura y del arte: los programas llamados literarios más conocidos están al servicio –y de una forma cada vez más servil– de los valores establecidos, del conformismo y el academicismo, o de los valores del mercado”¹⁰⁰.

El campo periodístico debe su importancia a que ostenta el monopolio de hecho de los medios de producción y difusión en gran escala de la información y de los medios de expresarse, y existe, públicamente, un ser famoso o alcanzar notoriedad pública (que para los políticos es de importancia vital). Con ese monopolio se tropieza cuando se quiere dar difusión pública a una información. De este modo los que están siempre dispuestos a aparecer en público, (algo no habitual en un artista o un científico antes de la aparición de la televisión), puede imponer al conjunto de la sociedad sus principios de visión del mundo, su problemática y sus puntos de vista.

El campo periodístico, como los otros, se basa en un conjunto de presupuestos y creencias compartidos inscriptos en un sistema determinado de categorías de pensamiento en una determinada relación con el lenguaje y fundamentan la selección que los periodistas realizan en la realidad social y en el conjunto de las producciones simbólicas.

“No hay discurso (análisis científico, manifiesto político, etcétera) ni acción (manifestación, huelga, etcétera) que, para tener acceso al debate público, no deba someterse a esta prueba de selección periodística, es decir, a esta colosal censura que los periodistas ejercen, sin darse cuenta, al no retener más que lo que es capaz de interesarlos, de “captar su atención”, es decir, de entrar en sus categorías, en sus esquemas mentales, y condenar a la insignificancia o a la indiferencia a expresiones simbólicas merecedoras de llegar al conjunto de los ciudadanos.”¹⁰¹

5. 12. La demagogia de lo espontáneo

Otra consecuencia del peso de la televisión en el espacio de los medios de comunicación, (y del peso de la coerción comercial sobre esa televisión dominante) es el paso de una política de acción cultural a través de la televisión a una “demagogia de lo espontáneo” – los espacios de libre opinión, cartas o llamados telefónicos -. La televisión de los 60 pretendía ser cultural y utilizaba su monopolio para imponer productos con pretensiones culturales (documentales, adaptaciones de obras clásicas, debates culturales, etc.).

“La televisión de los años noventa se propone explotar y halagar esos gustos para alcanzar la audiencia más amplia posible ofreciendo a los telespectadores productos sin refinar cuyo paradigma es el *talk-show*, retazos de vida, exhibiciones sin tapujos de experiencias vividas, a

¹⁰⁰ Bourdieu, P.: 1997, pp. 66-7.

¹⁰¹ Bourdieu, P.: 1997, pp. 68-9.

menudo extremas e ideales para satisfacer una necesidad de *voyerismo* y de exhibicionismo (como, por lo demás, los concursos televisivos, en los que la gente se desvive por participar, incluso a título de mero espectador, con tal de conseguir por un instante que la vean)”¹⁰².

5. 13. Indices de audiencia y despolitización

Lo que los norteamericanos llaman “agenda”, aquello de lo que hay que hablar, temas editoriales, problemas importantes, se encuentra cada vez más determinado por la televisión. Debido al incremento de su peso simbólico, la visión de la información hasta ahora restringida a los llamados periódicos sensacionalistas, dedicados a los deportes y a la crónica de sucesos tiende a imponerse al conjunto del campo periodístico.

“Y, como consecuencia, que una determinada categoría de periodistas, contratados a golpe de talonario por su docilidad para someterse sin escrúpulos a las expectativas del público menos exigente y, por lo tanto, los más cínicos, los más indiferentes a cualquier forma de deontología y, como no podía ser menos, a cualquier planteamiento político, tiende a imponer sus “valores”, sus preferencias, sus formas de ser y de hablar, su “ideal humano”, al conjunto de los periodistas”¹⁰³.

A causa de la competencia por las cuotas de mercado las cadenas televisivas recurren crecientemente a los trucos de los periodistas sensacionalistas y dedican más espacio o el espacio más importante a las noticias deportivas o la crónica de sucesos. Es cada vez más frecuente que, al margen de lo que suceda en el mundo, resultados de partidos de fútbol o aspectos anecdóticos de la vida política, catástrofes naturales, accidentes, incendios, etc.

“Los sucesos, ya lo he dicho, tienen el efecto de crear un vacío político, o despolitizar o de reducir la vida del mundo a la anécdota o al cotilleo (que puede ser nacional o planetario, con la vida de las estrellas o de las familias reales), al fijar y mantener la atención en unos acontecimientos carentes de consecuencias políticas, que se dramatizan para “extraer la lección pertinente” o para transformarlos en “problemas de sociedad”; es entonces cuando, a menudo, se recurre a los filósofos de televisión para que llenen de contenido lo insignificante, lo anecdótico y lo accidental que artificialmente se ha puesto en primer plano y se ha erigido en acontecimiento: el velo en las escuelas, la agresión a un profesor o cualquier otro “suceso de sociedad” ideal para provocar las indignaciones patéticas de un Alain Finkielkraut o las consideraciones moralizantes de un Comte-Sponville”¹⁰⁴.

5. 14. La heteronomía del campo periodístico

El problema también se presenta dentro del campo televisivo -subcampo del periodístico. La particularidad del campo periodístico, a diferencia de otros campos de producción cultural como el de las matemáticas o el de la literatura, reside en que depende directamente de la demanda, se encuentra sometido a la sanción del mercado.

No hay una justicia inmanente, como en el científico, que hace que quien transgrede prohibiciones concretas quede descalificado y que quien las respete obtenga el reconocimiento de sus colegas. No se encuentran, en el periodismo, sanciones positivas o negativas; a lo sumo sátiras o parodias y emulaciones. El campo del periodismo se encuentra sometido a las coercio-

¹⁰² Bourdieu, P.: 1997, pp. 69-70.

¹⁰³ Bourdieu, P.: 1997, pp. 73-4.

¹⁰⁴ Bourdieu, P.: 1997, pp. 74-5.

nes del campo económico a través de los índices de audiencia. El desvirtuamiento de sus mecanismos internos, su potencialidad en tanto medio, le hace perder autonomía y lo toma, de modo creciente, en un campo heterónomo, en un territorio ocupado. Su incidencia sobre la formación de las personas, al ser masiva, masifica esa heteronomía.

Este campo heterónomo, sometido a las imposiciones comerciales, se impone, a su vez, sobre los demás campos, en tanto que *estructura*. Su efecto, su incidencia, su "impacto" es *estructural*, objetivo, invisible, no se limita a responsables a los que se puede denunciar. "Nada se comprende si no se comprende *el campo que lo produce* y que le confiere su reducida fuerza"¹⁰⁵. Es en este sentido que "todos los campos de producción cultural están sometidos a la *coerción estructural del campo periodístico*"¹⁰⁶.

La *lógica de los índices de audiencia* es la *lógica de la demagogia* y ocupa, debido al efecto del campo periodístico sobre el resto, el lugar de la *lógica de la crítica interna*. En cada uno de los campos (jurídico, político, académico, etc.) hay dominadores y dominados según los valores internos del campo. "Un buen historiador es alguien de quien los buenos historiadores dicen que es un buen historiador. La cosa funciona de forma necesariamente circular. (...) la heteronomía empieza cuando alguien que no es matemático – o historiador – puede intervenir para dar su parecer sobre las matemáticas – o la historia".

Las intervenciones exteriores pueden engañar a los profanos cuyo peso es relevante en la medida en que los productores culturales necesitan agentes, espectadores, lectores cuyo consumo actúa sobre los editores y las condiciones de publicación.

5.15. La heteronomización de los campos de producción cultural

Las manipulaciones periodísticas actúan, también, de forma más sutil, mediante la "*lógica del caballo de Troya*", introduciendo en los campos autónomos productos heterónomos que apoyados en fuerzas externas reciben una consagración que no pueden recibir de sus colegas. Escritos para no escritores, filosofía para no filósofos, gozan de un favor televisivo, de un peso periodístico desproporcionado con un peso específico en un campo específico.

Los poderes mediáticos, es decir los poderes económicos mediatizados por los medios de comunicación intervienen en los campos más diversos, aun en los de las ciencias más puras, como las matemáticas. Se trata de comprender *quién colabora y por qué* con los medios. Por qué opta por ese campo que no es el suyo específico.

La autonomía del campo político puede ejemplificarse mediante el mecanismo parlamentario por el cual se solventa, mediante la discusión y el voto, según reglas determinadas, cuestiones entre personas que expresan intereses divergentes y hasta antagónicos. La televisión produce en este campo efectos similares a los que produce en los demás, en particular en el jurídico: pone en tela de juicio los derechos de autonomía.

¹⁰⁵ Bourdieu, P.: 1997, p. 79.

¹⁰⁶ Bourdieu, P.: 1997, p. 81.

6. Relación entre el pensamiento de Giovanni Sartori y Nicholas Negroponte

Señalaremos ahora el marco general desde el que Nicholas Negroponte reflexiona sobre aquellas cuestiones que atañen específicamente al tema de nuestra investigación, dejando preparado así el terreno para profundizar el asunto en la etapa siguiente. Es de suma importancia delimitar claramente la postura del autor ya que, amén de hallarse en la vereda opuesta al pensamiento de Sartori, es explícitamente mencionado por este último como uno de sus principales antagonistas.

En su texto, *Ser digital*¹⁰⁷, que comenzamos así a analizar, Negroponte afirma que los desarrollos actuales de la *comunicación cibernética* -más llanamente, vía Internet- y sus proyecciones a futuro inmediato, están revolucionando todas las esferas de la vida social y privada de los hombres, comportando en muchos aspectos la realización de ideales sumamente queridos en las últimas centurias de nuestra historia, y en otros casos, verdaderas novedades. Negroponte representa una posición basada en McLuhan, que comprende los desarrollos de la tecnología de la información como prolongaciones de las facultades y necesidades humanas.

Contra el substancialismo/esencialismo: La afirmación de Negroponte es simple y radical: la realidad del mundo ha cambiado. Ya no es una textura de átomos, sino de *bits*, es una red de informaciones, aunque nuestro sentido común se empeña en seguir comprendiendo el mundo en términos de substancia, materia o átomos cuando éste está conformado por unidades de información (*bits*). La sociedad futura será entendida como una gigantesca red de comunicación de todo tipo de informaciones y servicios. Este cambio en la realidad y en la tecnología ya se está produciendo, aun cuando el cambio de mentalidad que permita poder aprovechar lo que la tecnología ya está poniendo a nuestra disposición o que nos sitúe en esta nueva realidad global sea mucho más lento. Nuestra conciencia permanece atada a una realidad ya superada cuando, por ejemplo, nos empeñamos en ir a comprar el diario al kiosco cada mañana cuando podemos recibir una información mucho más completa directamente en la pantalla de nuestra computadora. La recepción de la información directamente de la red eliminaría las mediaciones, la tala de los bosques, la fabricación del papel, la composición y el armado del diario, la impresión, el transporte, el reparto, etc.. "El periodismo y los periódicos tienen un futuro fantástico; lo que no tiene futuro es el papel", dice Negroponte. Además, un programa en la PC podría seleccionar la información que nos interese sin tener que perder el tiempo en recorrer todo el diario por nosotros mismos¹⁰⁸.

La educación digital: El uso de la computadora no es el de una herramienta más al servicio de los contenidos que las instituciones escolares intentan transmitir tradicionalmente -como sucedió con los medios audiovisuales y los primitivos proyectos de PC en la escuela- sino que en las actuales manifestaciones supone un verdadero cambio en la concepción del aprendizaje. En este contexto, el que podríamos llamar «ciber-niño», *aprende a aprender*, por sobre todo contenido. Por tanto, estaríamos avanzando significativamente en la realización plena de una concepción constructivista de la educación¹⁰⁹. Negroponte critica la implementación de las computadoras en la escuela al servicio de una concepción tradicional,

¹⁰⁷ Negroponte, N.: *Ser digital*, Buenos Aires, Editorial Atlántida, 1995.

¹⁰⁸ "Imaginemos un futuro en que nuestro agente de interfaz pueda grabar todos los noticieros por cable, leer todos los periódicos y sintonizar todas las cadenas de radio y televisión del planeta para luego elaborar un sumario personalizado. Esta clase de periódico saldría en ediciones de un ejemplar único", Negroponte, N.: 1995.

¹⁰⁹ Cf. Negroponte, N.: 1995, p. 205.

intentos que “abogaron por un miserable enfoque de adiestramiento y práctica”¹¹⁰, donde el educando es pensado como un receptáculo en el que deben volcarse y conservarse todos los contenidos que los educadores consideran valiosos. Modelo, sin más, de alumno pasivo y de educación universalista. A diferencia de ello, la utilización de las computadoras conlleva un cambio radical: el alumno debe ser concebido como activo, sumamente activo. El programa pedagógico realizado por Negroponte, desde 1970, en colaboración con Papert, y denominado *Enseñando a pensar*, estaba destinado a la implementación de la computación en el aula y tenía por divisa que “los pequeños podrían aprender enseñando (...) mediante la exploración, reinventando la rueda, y *descubriendo las cosas por uno mismo*”¹¹¹. Contra las observaciones de Sartori, Negroponte sostiene que las computadoras contribuyen a desarrollar no sólo el pensamiento sino la autonomía de los individuos.

Arte, ciencia, docencia e investigación: En un reportaje, dijo Negroponte en relación con el tema: “Me he dedicado intensamente a la enseñanza durante unos veinte años. Sin embargo, mi labor docente se ha dado en el contexto del Laboratorio de Medios, cuyo funcionamiento es más bien parecido al de un taller de pintura del siglo XVI, donde los estudiantes aprendían trabajando con el maestro en el mismo lienzo. Es decir, no acudía al aula, llevaba a cabo mis investigaciones e invenciones con un grupo de estudiantes trabajando de forma individual con cada uno de ellos”.

A este modelo se suman varias características en franca oposición con la educación tradicional y estructurada, y una de ellas es el *placer creativo*. El alumno aprende jugando, con lo cual —señala Negroponte—, se introducen en el aprendizaje factores decisivos: el juego y el placer, que hacen de la educación una práctica efectiva, ya que sólo se incorpora profundamente aquello que se quiere y necesita. Dice: “Jugando con la información (...) el material cobra mayor significado”¹¹².

Otra característica es que para el modelo de educación cibernético la educación universalista carece totalmente de valor. Señala: “El alto precio que se paga (...) por atiborrar las mentes de los niños con una cantidad excesiva de datos y hechos, es que están casi muertos cuando llegan a ingresar en el sistema universitario”¹¹³. En cambio, las oportunidades aportadas por la Red son infinitamente superiores, ya que en un mundo en constante y acelerado cambio —del cual las comunicaciones son inmensamente responsables— las generaciones jóvenes necesitan más y más disponibilidad y creatividad. Así, la educación deberá concebirse como *la transmisión de habilidades, de acciones*, y no de contenidos, que podrían adquirirse finalmente una vez conseguidas las mencionadas aptitudes. Deberá inscribirse, este aporte en el eje de las aptitudes y actitudes por sobre el de los contenidos. Afirma Negroponte: “Hoy en día los niños tienen la oportunidad de hacerse rápidos y certeros en *las calles de la Internet* (...)”¹¹⁴. Estos niños “con calle” cibernética son suficientemente astutos, rápidos, como para sobrevivir y llevar adelante la vertiginosa transformación cultural que estamos viviendo. Se destaca aquí una concepción *pragmatista* de la educación, donde el éxito de la empresa está colocado en la productividad y la eficiencia. Esto no supone, como señala Negroponte, “ningún antiintelectualismo o un desprecio por el razonamiento abstracto, sino todo lo contrario”¹¹⁵. Postura coherente con el ya tradicional pragmatismo nor-

¹¹⁰ Negroponte, N.: 1995, p. 200.

¹¹¹ Negroponte, N.: 1995, p. 201.

¹¹² *Ibidem*.

¹¹³ Negroponte, N.: 1995, p. 200.

¹¹⁴ Negroponte, N.: 1995, p. 205.

¹¹⁵ Negroponte, N.: 1995, p. 204.

teamericano, que en el terreno de la Pedagogía ha tenido representantes tan destacados como John Dewey.

Esta posición pragmatista se trasunta en un pasaje de un reportaje en que responde a la pregunta "¿Hay una aproximación distinta al mundo digital en Estados Unidos y en Europa?" de la siguiente manera: "Sí. La diferencia es que en Europa se habla mucho y, posiblemente, se tiene que dejar de hablar tanto y hacer más cosas. Sólo se habla, se habla y se habla. No critico a España ni a nadie pero en las reuniones y conferencias se discute constantemente sobre los temas filosóficos, pero se hace poco. No digo que en Estados Unidos las cosas sean mucho mejores, pero nos concentramos más en la acción. Europa tendría que empezar por bajar el precio de las tarifas telefónicas, que es demasiado alto".

El sujeto del cambio. Personalización y consumo: Por último, y para pasar al campo político-cultural cabe señalar la expansión y la incidencia de la red, expansión que supera viejos límites tales como los del Estado-nación o de clase social: "Las fuerzas que determinan la difusión del uso de la computación no es social, ni racial, ni económica, sino generacional"¹¹⁶. Son los jóvenes quienes impulsan incontinentemente este nuevo mundo, que trasciende todas las viejas fronteras. Así la red informática es un elemento más y sumamente clave en el proceso de globalización que se desarrolla en nuestro tiempo. "La naturaleza global del mundo digital erosionará cada vez más las antiguas y más pequeñas demarcaciones."¹¹⁷ Estamos, entonces, ante una nueva concreción del universalismo que se suma a las ya ocurridas desde la Modernidad —ya sea la expansión del Mercado Mundial, la industria, y los fenómenos científico-técnicos de los últimos siglos. "La era de la postinformación anulará las limitaciones geográficas. La vida digitalizada nos hará cada vez más independientes del hecho de tener que estar en un lugar específico y en un momento determinado"¹¹⁸.

Lo paradójico de este movimiento hacia la universalidad es que irá acompañado de una creciente individualización o personalización. Negroponte identifica este proceso en continuidad con lo sucedido en la *era de la información*, donde al mismo tiempo que el crecimiento exponencial de los medios masivos, se produjo una tendencia hacia la especialización dirigido a "grupos demográficos específicos reducidos. Los medios masivos crecieron, y, al mismo tiempo se achicaron"¹¹⁹. Esta tendencia se ve reforzada en la actualidad, no hacia grupos sino hacia el mismo individuo, en un movimiento que ha alcanzado el mayor grado de diferenciación que supone en el usuario una interacción indiscutible fundada en su capacidad creativa. "En la era de la postinformación —dice—, a menudo tenemos un público unipersonal. Todo se hace a pedido y la información está personalizada al máximo (...) Me transformo en una unidad demográfica constituida por una sola persona"¹²⁰.

Desde la perspectiva de Negroponte, la comunicación digital permitirá, por ejemplo, que el informativo televisivo pueda ser recibido a la hora que deseemos. "La mayoría de los programas de televisión —afirma—, excepto los acontecimientos deportivos y los resultados electorales, no tienen por qué ser en tiempo real", en consecuencia, la mayoría de los programas (tecnología digital mediante) podrán ajustarse a nuestros horarios, sin que tengamos que ver lo que no nos interesa esperando a que llegue algo importante. La televisión se convertirá en algo parecido a "un libro o un periódico, que se podrá hojear y cambiar, y será independiente del día, la hora o del tiempo que se necesite para su distribución". Con la lle-

¹¹⁶ Negroponte, N.: 1995, p.206.

¹¹⁷ Negroponte, N.: 1995, p. 9.

¹¹⁸ Negroponte, N.: 1995, p.169.

¹¹⁹ Negroponte, N.: 1995, p.168.

¹²⁰ Negroponte, N.: 1995, p.168.

gada de los medios electrónicos a través de Internet, la estructura y presentación de los periódicos y revistas digitales podrán “adaptarse” a los gustos, intereses y saberes del lector final, construyendo así no una sino millones de ediciones personalizadas, las cuales responderán a ciertos parámetros suministrados previamente por el usuario. Si un estudiante venezolano está haciendo su postgrado en Alemania y le interesa el deporte local de su país, la edición digital de su periódico vendrá con los principales titulares e informaciones referidas a las actividades deportivas de su nación.

Este novedoso esquema de comunicación masiva se ha identificado como *narrowcasting*, el cual, a diferencia del *broadcasting* (modo tradicional de transmisión de información), está definido por cada uno de los destinatarios finales y no por el emisor. Según Negroponte, “a largo plazo, los multimedia serán ante todo un fenómeno *on-line*”, los que con la facilidad y la inmensa disponibilidad de los proveedores de información que, en redes como Internet, podrán hacer llegar a cada terminal, a cada casa, todo lo que deseemos en literatura, cine, música o documentación en general. De manera que, según este autor, el verdadero futuro de la televisión está en la posibilidad de filtrar los programas a voluntad del consumidor, proporcionando nuevos servicios y facilitando su personalización, conforme a los intereses de cada espectador.

Negroponte opina que el comercio electrónico va a favorecer la relación directa entre el vendedor y el comprador “y esto va a ser así en todo el mundo, porque se trata de un proceso global”. Consecuentemente, “una empresa muy pequeña puede tener un mercado global y competir con un banco o una industria a gran escala”¹²¹. Estas nuevas condiciones posibilitadas por la red crean una relación directa entre el vendedor y el comprador e implican -siguiendo este punto de vista- que el papel de consumidor se haga cada vez más relevante y el del intermediario, cada vez menos y, a la larga, tienda a desaparecer.

Contra las tradiciones marxistas y críticas que ven en la industrialización y la tecnificación una amenaza para el hombre, Negroponte cree que no vamos hacia un mundo frío y tecnológico, sino hacia “uno más abierto, que no separa de manera tan tajante el arte de la ciencia, o el hemisferio derecho del izquierdo”¹²².

De este modo, Negroponte se opone diametralmente a quienes ven en los medios masivos un ámbito de producción de unidimensionalidad, estandarización, desarraigo, heteronomía, pasividad, y en términos de Sartori, de retroceso de la capacidad crítica fundada en la razón que distingue al hombre moderno, el *homo sapiens*, hacia un hombre imposibilitado para la reflexión y la abstracción de la palabra, el *homo videns*. Por el contrario, Negroponte destaca la continuidad y el progreso de los ideales modernos más significativos en los carriles de la nueva tecnología informática al servicio de la comunicación y la educación.

En su artículo, donde compara las posiciones de los teóricos norteamericanos con sus pares europeos, Vicente Lecuna observa: “Ahora uno de los desencuentros se vincula con las esperanzas y desesperanzas que ponen los teóricos norteamericanos y europeos en la tecnología de la información. Sin necesidad de generalizar un debate que tiene rupturas internas dentro de ambas posiciones, no sería equivocado decir que la *intelligentsia* norteamericana celebra las posibilidades democráticas de una nueva sociedad organizada bajo el principio de la horizontalidad y el libre flujo de información, mientras que la *intelligentsia* europea se empeña en señalar los riesgos de una sociedad futura que tenga como sistema nervioso a la

¹²¹ Cf. declaraciones efectuadas en Murcia, en el marco de las terceras jornadas TICAP 2000 de “Tecnologías de la información y las comunicaciones para las administraciones públicas”.

¹²² Negroponte, N.: 1995, p. 260.

tecnología de la información, suponiendo que concreta el verdadero surgimiento del «Big Brother» pronosticado por George Orwell. Latinoamérica, para variar, se encuentra indecisa, en el ojo del huracán”.

Tres tendencias «democratizantes» caracterizan las nuevas tecnologías digitales de comunicación: cada usuario podrá jerarquizar, ordenar, seleccionar y construir la información; la interactividad *on-line* por la cual el «emisor» recibe un *feed-back* inmediato por el mismo canal de transmisión¹²³; la hipertextualidad de la red, por la cual cada unidad de información señala los enlaces relevantes que permiten enriquecer el texto¹²⁴.

Para Negroponte, estar digitalizados nos da muchos motivos para ser optimistas. Como una fuerza natural, la era digital no puede ser negada ni detenida. Tiene cuatro grandes cualidades que la conducirán finalmente a su triunfo: la *descentralización*, la *globalización*, la *armonización* y la *motivación*. La descentralización en la economía y la producción se está extendiendo al ámbito de la ciudadanía.

El lado oscuro del ser digital: Toda tecnología y todo legado de la ciencia tienen su lado oscuro. Estar digitalizado no es la excepción. Negroponte advierte que en las próximas décadas, la propiedad intelectual será violada, y nuestra privacidad, invadida. Sufriremos el vandalismo digital, la piratería del software y el robo de datos. Y, lo peor de todo, seremos testigos de la pérdida de numerosos puestos de trabajo a causa de la automatización total de sistemas, que pronto transformará el trabajo administrativo de la misma manera en que ya ha transformado el trabajo fabril. El concepto de “empleo vitalicio en una sola empresa” ya ha comenzado a desaparecer.

La transformación radical de nuestros mercados de trabajo, a medida que trabajamos más y más con *bits*, se producirá al mismo tiempo que la fuerza laboral de miles de millones de individuos de todo el mundo comienza a conectarse (literalmente) y a digitalizarse.

A medida que nos vamos moviendo hacia ese mundo digitalizado, un importante sector de la población mundial se verá o se sentirá privado de sus derechos o privilegios. Cuando un trabajador de la industria siderúrgica, de cincuenta años de edad, hoy pierde su trabajo, muy probablemente no tiene -a diferencia de su hijo de veinticinco años- flexibilidad digital alguna. Cuando una secretaria de hoy pierde su trabajo, por lo menos está fami-

¹²³ Tanto el periodismo informativo como el de opinión se prestan a que el usuario-receptor del mensaje pueda comentarlo, refutarlo, incluso modificarlo o aportar datos nuevos. El uso del correo electrónico y la lectura digital de diarios *on line* permiten una auténtica e inmediata interactividad entre el periodista y el lector, lo cual antes resultaba casi imposible.

¹²⁴ Los *hipermedios* son una extensión de los hipertextos, un término que describe la interconexión entre partes de un texto o entre varios textos (o información encadenada). En un libro impreso, las frases, los párrafos, las páginas y los capítulos se suceden en un orden específico, determinado no sólo por el autor, sino también por la construcción física y secuencial del libro mismo. A pesar de que un libro puede ser accesible desde cualquier parte por donde se lo abra y los ojos pueden recorrerlo al azar, siempre está limitado por los confines de las tres dimensiones físicas.

Éste no es el caso en el mundo digital. El espacio ocupado por la información no está, de ninguna manera, limitado a tres dimensiones. Hay que imaginar la estructura del texto como un complejo modelo molecular. Se pueden reacomodar trozos de información, ampliar oraciones y dar al momento las definiciones de las palabras. Estas interconexiones pueden ser incluidas por el autor en el momento de la “publicación” o, más adelante, por el lector, cuando éste lo considere oportuno. Pienso en los hipermedios como *una colección de mensajes elásticos*, que pueden ser estirados y encogidos según la acción determinada por el lector. Las ideas pueden ser abiertas y analizadas en múltiples niveles de detalle.

La interacción está implícita en todos los multimedios. Los productos de multimedios incluyen la televisión interactiva y las computadoras con capacidad de vídeo. La diferencia entre ambos es cada vez menor y, con el tiempo, desaparecerá por completo.

liarizada con el mundo digital y quizá tenga algunas habilidades transferibles y aprovechables.

“Los retrasos tecnológicos que provoca la telepresencia tratan de hacernos perder definitivamente el cuerpo propio en beneficio del amor inmoderado por el cuerpo virtual (...). Ello entraña una considerable amenaza de pérdida del otro; el ocaso de la presencia física en beneficio de una presencia inmaterial y fantasmagórica. [...] El hecho de estar más cerca del que está lejos que del que se encuentra al lado de uno es un fenómeno de disolución política de la especie humana. Vemos que la pérdida del cuerpo propio conlleva la pérdida del cuerpo del otro, en beneficio de una especie de espectro del que está lejos, del que está en el espacio virtual de Internet o en el tragaluz que es la televisión.”¹²⁵

7. Los fundamentos teóricos en Platón y Kant

La característica distintiva del *homo sapiens* es su «capacidad simbólica», la que incluye todas las formas culturales que se despliegan en el lenguaje en sentido amplio, es decir, en la capacidad de comunicación mediada por signos¹²⁶. Pero -advierte Sartori-, “el lenguaje *esencial* que *de verdad* caracteriza e instituye al hombre como animal simbólico es el «lenguaje-palabra», el lenguaje de nuestra habla”¹²⁷. El lenguaje humano -a diferencia del de los animales- no sólo transmite señales sino que es capaz de hablar de sí mismo, es decir, es reflexivo; no es *solamente* un medio de comunicación sino también un instrumento del pensamiento y del conocimiento. “Y el pensar -dice Sartori siguiendo a Platón¹²⁸- *no necesita* del ver. Un ciego está obstaculizado, en su pensar, por el hecho de que *no puede leer* y, por tanto, tiene un menor soporte del *saber escrito*, pero no por el hecho de que no ve las cosas en las que piensa. A decir verdad, las cosas en las que pensamos no las ve ni siquiera el que puede ver: no son «visibles»”¹²⁹. Si bien se recurre a un esquema platónico, que separa el pensar (inteligible) del ver (sensible), el autor no tiene en cuenta que, para Platón, lo visible desempeña un papel imprescindible en el *aprendizaje* y en la *enseñanza* del conocimiento, en el desarrollo de la *diánoia* (razonamiento demostrativo) y, consecuentemente, en la conducción y acción políticas. Más aún, en la *República* se encuentra la famosa «alegoría del sol», donde Platón desarrolla una *analogía* entre el ver y el entender. Las relaciones entre el ojo, con su poder o capacidad de ver, las cosas, con su carácter visible, la luz, que pone las condiciones de la visibilidad, la visión, que pone en acto la capacidad de ver, y el sol, que fundamenta y sostiene a todos los anteriores, son estrictamente *análogas* a las relaciones entre el pensamiento, con su poder de conocer, las Ideas, que son las cosas en sí mismas y lo cognoscible en sentido estricto, la inteligibilidad, que pone las condiciones del conocimiento de las cosas en sí, la *episteme*, que pone en acto el conocimiento «científico», y la Idea del Bien, que fundamenta todo el orden de lo real y del conocimiento de lo real.

Además, el modelo platónico no implica necesariamente una separación del ámbito visible del inteligible, de las cosas perceptibles por los sentidos de las cosas en sí mismas, ya que de acuerdo a la «teoría de la reminiscencia» las cosas visibles permiten recordar las in-

¹²⁵ Virilio, P.: *El cibermundo, la política de lo peor*, Madrid, Cátedra, 1997.

¹²⁶ Si bien Cassirer define al hombre como «animal simbólico» y Aristóteles como «ser animado que habla», las connotaciones de las palabras no coinciden con la definición de Sartori en ninguno de los dos casos.

¹²⁷ Sartori, G.: 1998, p. 24. Cursivas nuestras. Notemos que se confunde el significado de los conceptos de lenguaje, lengua y habla.

¹²⁸ Las relaciones Sartori-Platón serán analizadas a propósito del eje epistemológico.

¹²⁹ Sartori, G.: 1998, p. 24 y 25. (cursivas nuestras).

teligibles (Ideas). El alma «encarcelada» en el cuerpo puede elevarse al conocimiento sólo mediante el recuerdo estimulado por la visión de lo visible. Es cierto, que desde esta perspectiva, el conocimiento científico (*episteme*) es accesible a unos pocos, pero la posición de Platón (a diferencia de la de Sartori¹³⁰) no pretende defender un modelo político democrático.

Además, la utilización misma de las alegorías por parte de Platón muestra que son un recurso inestimable para el pensamiento, no solamente (como sostienen algunos intérpretes) cuando no se han desarrollado los conceptos adecuados, sino también, como lo muestran los geómetras, como un medio imprescindible para la demostración, aun cuando sea desechado después de haber sido usado.

Un poco más adelante, con una argumentación que remite al dualismo platónico, dice Sartori: "Todo el saber del *homo sapiens* se desarrolla en la esfera de un mundo inteligible (de conceptos y de concepciones mentales) que no es en modo alguno el mundo sensible, el mundo percibido por nuestros sentidos. Y la cuestión es ésta: la televisión invierte la *evolución* de lo sensible en inteligible y lo convierte en el golpe de vista, en un regreso al puro y simple acto de ver. La televisión produce imágenes y *anula los conceptos*, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender"¹³¹. En esta cita, se hace evidente que el autor interpreta a Platón desde lo que Hegel llamaba la perspectiva del «entendimiento», es decir, desde una capacidad de abstracción que no es capaz de seguir el movimiento dialéctico de lo real. El significado de la Idea platónica dista mucho de lo que Sartori llama «conceptos» o «concepciones mentales», puesto que hace referencia a las cosas en sí mismas y no a las representaciones mentales subjetivas, que para Platón estarían en el mismo nivel gnoseológico de las imágenes visibles. En consecuencia, desde la perspectiva platónica, no se deriva necesariamente una separación de lo visible respecto de lo inteligible ni el desarrollo de las imágenes anula necesariamente el conocimiento de las Ideas.

Sobre estos supuestos, Sartori avanza un paso más sosteniendo que la televisión, al valerse sólo de imágenes, no puede dar cuenta de las causas de la realidad y, además, "anula los conceptos", atrofiando nuestra capacidad de abstracción y nuestra capacidad de entender. El lenguaje perceptivo *sustituye* al lenguaje conceptual. Siguiendo un esquema aparentemente platónico, sostiene que el mundo sensible percibido por los sentidos se diferencia del mundo inteligible conocido por los conceptos. Sin embargo, Platón distinguía perfectamente entre el *fundamento* del conocimiento científico y el *aprendizaje* de las ideas, advirtiendo que lo sensible, las imágenes, los símbolos y los mitos cumplen un papel insustituible en la *paideia* y, por lo tanto, también en el aprendizaje de la ciencia. Pero Sartori no fundamenta

¹³⁰ No obstante, en el capítulo 4 de la primera parte de *Homo videns*, titulado **Progresos y regresiones**, Sartori parece sostener una posición aristocrática del conocimiento, incompatible con un punto de vista radicalmente democrático.

¹³¹ Sartori, G.: 1998, p. 47 (cursivas nuestras).

Resulta interesante confrontar estas aseveraciones con algunas de Pietro Prini en su *La paradoja de Icaro*, Docencia, Buenos Aires, 1982. Allí encontramos afirmaciones tales como: "Frente a la irrupción de la información iconográfica y oral (...) la escuela ciertamente se encuentra en la posibilidad de renovar profundamente sus estructuras, sus objetivos y sus métodos. Al perder el monopolio de la información en la subcultura juvenil, ella podrá asumir de manera cada vez más consciente ese *primado crítico* en la educación de las nuevas generaciones, que es de su competencia inalienablemente", p. 23; o bien: "...uno de los resultados más positivos de los mensajes audiovisuales es el hallazgo de conocimiento y de participación entre diferentes mundos culturales, la apertura a problemas de carácter universal que nos sacan de mi caparazón y nos hacen sufrir y gozar con toda la humanidad", p. 87.

su tesis en Platón sino en Kant: "Para el sensismo (una doctrina epistemológica abandonada por todo el mundo, desde hace tiempo) las ideas son calcos derivados de las experiencias sensibles. Pero es al revés. La idea, escribía Kant, es «un concepto necesario de la razón al cual no puede ser dado en los sentidos ningún objeto adecuado» [nótese que Kant habla de las «ideas» y no de los «conceptos»]. Por tanto, lo que nosotros vemos o percibimos concretamente no produce «ideas», pero se insiere en ideas (o conceptos) que lo encuadran y lo «significan». Y éste es el proceso que se atrofia cuando el *homo sapiens* es suplantado por el *homo videns*. En este último, el lenguaje conceptual (abstracto) es sustituido por el lenguaje perceptivo (concreto) que es infinitamente más pobre: más pobre no sólo en cuanto a palabras (al número de palabras), sino sobre todo en cuanto a la riqueza de significado, es decir, a la capacidad connotativa"¹³². Sartori confunde ideas con conceptos, cuando la analítica kantiana distingue los conceptos empíricos de los conceptos puros a priori o categorías y ambos de las ideas. Sartori confunde conceptos con ideas, entendimiento con razón. Para Kant, las ideas no tienen objetos adecuados en la sensibilidad porque no se refieren a la realidad cognoscible. Las ideas no son objeto de conocimiento o de ciencia sino de pensamiento. Además, los conceptos puros a priori no son "abstractos" sino formales.

¹³² Sartori, G.: 1998, pp. 47-48.

CAPÍTULO 2

EXPLICITACIÓN DE LOS SUPUESTOS DE LA CONCEPCIÓN SARTORIANA DEL *HOMO VIDENS* EN SUS DIMENSIONES ANTROPOLÓGICA, EPISTEMOLÓGICA, ÉTICA Y POLÍTICA

1. Consideración de los supuestos antropológicos de *Homo Videns*

Consideraremos los supuestos que subyacen en la tesis sartoriana de *Homo videns*, en vistas de los dos aspectos fundamentales que comprende el eje antropológico, a saber, el concepto de hombre y el de cultura (aunque sólo analíticamente es posible separarlos). La tesis principal del autor es que por influjo de la televisión se ha transformado la naturaleza humana en sentido negativo y que tal corrupción entendida como regresión, en su tendencia decadente y nihilizante, terminará con la cultura crítica¹.

En primer lugar interpretaremos la concepción antropológica que alienta su propuesta. Se trata de una concepción naturalista del hombre: de modo semejante a Locke y Rousseau, Sartori postula un hombre natural cuya nota distintiva es la razón; a diferencia de otros filósofos que han negado tal determinación y se han decidido más bien por la condición esencialmente histórica del hombre, como son los casos de Kant, de Hegel, de Marx, de Cassirer, del historicismo e incluso del existencialismo, sólo por nombrar algunos ejemplos. Asume la denominación de *homo sapiens* acuñada por Linneo en su *Systema Naturae*.

A propósito de Linneo, no es irrelevante señalar que fue quien clasificó, nombró y describió la creación de Dios, en un sistema que incluye todas las especies de todos los reinos: los minerales, los vegetales principalmente, y los animales, en cuya cúspide está el hombre, que se distingue por estar dotado de *razón*, la cual es entendida como un instrumento. Además de los anteriormente nombrados, el enorme compendio del mundo que nos ofrece Charles de Linneo incluye a los ángeles y a la jerarquía celeste². En efecto, "la naturaleza era -para Linneo- un cofre barroco bien diseñado"³, sin fisuras ni espacios vacíos. Broberg sostiene que entre los presupuestos de Linneo, se encuentra la convicción de que hay «especies» y que nosotros, en tanto seres racionales, podemos definir las y nombrarlas; que después del diluvio relatado en la Biblia la naturaleza se hizo inmutable; y que el historiador natural es el encargado de clasificar la multiplicidad que nos ha ofrendado el Creador.

No obstante, estimamos que la alusión a Linneo no tiene en Sartori un sentido de adhesión a su proyecto, sino que es exterior y se limita a relevar el concepto de *homo sapiens*, que le permite contraponerlo al por él forjado de *homo videns*. Igualmente es útil la referencia pues nos ubica en cierto horizonte de comprensión del hombre y sus atributos esenciales determinados *atemporalmente* y *a priori* de la historia efectiva. Sólo porque el hombre tiene una naturaleza, es posible concebir su degradación: si pierde su diferencia específica respecto del animal, el resultado es que «retorna» al género.

¹ El término cultura posee una ambigüedad característica que Sartori explica más adelante: se lo puede considerar desde el punto de vista antropológico o desde una perspectiva valorativa.

² Charles de Linné (1701-1778), nacido en Suecia, ejerció gran influencia en el mundo científico del siglo XVIII.

³ Broberg, G.: *Linneo y el proyecto linneano*, Universidad de Lund, información obtenida en página de Internet: <http://www1.lde.lu.se/latinam/virtual/virtual2.htm>, consultada el 5-X-2000, con fecha de actualización el 16-8-2000.

El modo de ser asignado al hombre, tiene asimismo su correlato en una manera particular de comprender la *cultura*: al acentuar la naturaleza racional del hombre, su concepto de cultura queda empobrecido y acotado a la lógica y a la capacidad de abstracción y queda fuera la actividad misma del hombre en todas sus esferas, como el mito, el arte, la religión, el lenguaje de la vida cotidiana, el «mundo de la vida» (*Lebenswelt*) que según destacó en el siglo XX la fenomenología y también la hermenéutica filosófica, constituye el suelo a partir de la cual se articula después el universo conceptual propio de la ciencia y de la teoría en general. Además, no queda clara la diferencia entre cultura y civilización; la cuestión del progreso tecnológico y su papel en la mejora en la vida de los hombres (progreso en sentido material) no parece diferenciarse de un progreso en sentido moral o espiritual de la humanidad.

1.1. Supuestos antropológicos. El concepto de hombre

Sartori ofrece a lo largo de su obra, un nutrido desfile que presenta en términos de oposiciones: *homo sapiens* - *homo videns*; *regnum hominis* - *hombres bestias*; en una gradación (o degradación): *homo faber*-*homo habilis*-*homo prensibilis*-*homo digitalis*; *homo sapiens* opuesto ahora al *homo insipiens*-*homo communicans* y *sintiens*. Menciona también aunque sin darle mayor relevancia al *homo ludens*.

Homo sapiens.- Usa el término de Linneo pero al desarrollar a continuación su significado, remite a Cassirer y su filosofía del símbolo: "Lo que hace único al *homo sapiens* - dice- es su capacidad simbólica"⁴. La pregunta es: ¿entiende por «símbolo» lo mismo que entiende Cassirer? Las "formas simbólicas" hacen referencia a la función de síntesis que realiza el hombre en su aprehensión de la realidad y configuran un mundo de sentido. Dichas formas, a saber: el mito, el lenguaje, el arte, la religión y el conocimiento teórico, son -como ya se ha dicho- irreductibles y cada una de ellas detenta su propia legalidad. El símbolo, esto es, el resultado de la actividad plasmadora del hombre es algo sensible que remite a algo espiritual; la simbolización en tanto función es la que crea el símbolo. En el mundo humano todo es símbolo pues todo remite a otra cosa más allá de esa materialidad sensible. Es con el propósito de abarcar todo el espectro de las producciones humanas que constituyen el objeto propio de la ciencias del espíritu, que Cassirer extiende el programa crítico-trascendental kantiano, incluyendo a la razón cognoscitiva como una de las formas simbólicas (de ningún modo la principal). Sartori, al privilegiar la capacidad de abstracción y la lógica, echa por tierra el esfuerzo de Cassirer y su *animal symbolicus* tendría más que ver con el *homo sapiens* de Linneo.

Sartori describe la siguiente secuencia: el hombre es animal simbólico, y esta capacidad se manifiesta principalmente en el lenguaje y no en cualquier lenguaje sino en el lenguaje-palabra, portador de significado; y más aun, la palabra más plenamente significativa que es la palabra «abstracta» y no la palabra «concreta». Tales identificaciones pueden ser objetadas del siguiente modo:

1) En su interpretación no tiene en cuenta el alcance del concepto de animal *symbolicus* aportado por Cassirer, pues para este autor, el *acto* -por ejemplo el culto de índole sagrada, precede al relato escrito, es decir, al mito; el comportamiento de los hombres en general- es siempre simbólico aunque no se articule explícitamente en lenguaje. La *praxis* humana, como trabajo, como acción moral o como creación artística, está provista de senti-

⁴ Sartori, G.: 1993, p. 23.

do, no es puro movimiento mecánico y fisiológico. La dimensión de la *praxis*, sin embargo, queda fuera de la consideración sartoriana como una equis vacía que parece escapar a toda significación.

2) Reducido el lenguaje al lenguaje-palabra, quedan asimismo marginados o por lo menos menoscabados dentro del universo simbólico: los gestos, las expresiones fisiognómicas y corporales —como bien lo hizo notar la fenomenología, el cuerpo es portador de intencionalidad—, en sus múltiples y variadas posibilidades, como la danza, la representación teatral, la música; y, desde luego, las artes espaciales en su conjunto, la pintura, la arquitectura y la escultura, por nombrar sólo los géneros canónicos. ¿Acaso una catedral gótica o *La virgen de las rocas* de Leonardo son mudos?

En la función simbólica —afirma Sartori— hay una primacía de la palabra, ya que el lenguaje palabra es un *instrumento* que sirve no sólo para comunicar sino para pensar y “el pensar no necesita del ver”⁵. Cabría preguntarse aquí qué significa pensar para Sartori. Parece querer decir algún tipo de operación intelectual que se desenvuelve en un mundo inteligible⁶, pero como ha mostrado la hermenéutica contemporánea, el ver no es nunca un mero ver como impresión sensoria que excita el órgano de la visión, sino siempre un *ver algo como algo*, el comprender es a la vez un interpretar. Además, aún manteniendo la dicotomía sensibilidad/entendimiento, intuición y concepto no discurren por carriles separados y paralelos que jamás se juntan, sino que —y esto lo había visto ya Kant cuando con su crítica a la razón da fin a la larga disputa entre empiristas y racionalistas, que nutrió la filosofía durante el siglo XVII— son complementarios.

3) Sartori practica una tercera reducción, a saber: la del lenguaje-palabra, pero no cualquier palabra sino lo que denomina palabra-abstracta, este último sería el caso de aquellas palabras que no pueden ser traducidas en imágenes. Después de esta restricción sólo queda en pie el lenguaje lógico de la teoría, pues cualquier otro caería en la ambigüedad y la incoherencia, como el habla ordinaria o la poesía. Sin embargo, hemos señalado anteriormente que, para Cassirer, el lenguaje que configura el mundo y le imprime sentido, no es el lenguaje lógico de la ciencia, sino el lenguaje ordinario. Para Cassirer, el lenguaje cotidiano plasma la experiencia de una realidad multicolor y viviente, a diferencia del esclerosamiento del lenguaje conceptual, privilegiado por Sartori. Para éste la imagen es más pobre que el concepto, como si el concepto de *piEDAD* «dijera» más y con mayor hondura que *La Piedad* esculpida por Miguel Ángel.

En síntesis, el esquema de Sartori es el siguiente: el *homo sapiens* piensa, y tanto mejor piensa en tanto menos depende de lo que ve. El *homo videns* ve pero no piensa, y cuanto más ve, menos piensa. El *homo videns* es un hombre limitado al acto de ver, en palabras del autor: “La televisión invierte la evolución de lo sensible a lo inteligible y lo convierte en un *ictu oculi*: puro y simple acto de ver (...) produce imágenes y anula conceptos (...) atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella nuestra capacidad de entender”⁷. Friedrich Schiller⁸, en el siglo XVIII, había denunciado también una atrofia de sentido inverso en el hombre ilustrado, quien habría desarrollado de manera exagerada su intelecto pero habría descuidado las otras capacidades humanas como la sensibilidad y el sentimiento, y apostaba al valor educativo del arte para corregir este desequilibrio. El *homo sapiens*

⁵ Sartori, G.: 1998, p. 25.

⁶ Prescindiremos en esta parte de la cuestión de si ese mundo sartoriano del puro pensar tiene algo que ver con el mundo inteligible platónico.

⁷ Sartori, G.: 1998, p. 47.

⁸ Cf. Schiller, F.: Carta VI de *La educación estética del hombre*, Madrid, Espasa-Calpe, 1958.

que pretende preservar Sartori sería, para Schiller, un hombre atrofiado. Sartori propone el regreso del hombre ilustrado que criticó —entre otros— Schiller.

La oposición *regnum hominis / homines bestias*⁹ enfrenta la idea baconiana del hombre como rey de la naturaleza, en tanto la conoce —y por eso reina—, a la barbarie descrita por Giambattista Vico en su *Scienza Nuova*. Formularemos al respecto algunas observaciones: Francis Bacon, el filósofo inglés del siglo XVII, fundador de la ciencia experimental moderna, hacía hincapié, como los hombres de su época, en la importancia del método riguroso para llegar a la verdad, pero despreciaba la lógica deductiva por su artificialidad pero sobre todo por su inutilidad, ya que no proporciona conocimientos útiles para la vida. El hombre moderno, librado a su sola luz natural a partir de la caída del paradigma teológico, descubre la enorme potencia de su razón y se lanza a conocer el mundo para, de ese modo, controlarlo y dominarlo. Vico, filósofo italiano contrincante de Descartes y también del siglo XVII, describe el devenir histórico de las naciones en términos de *corsi e ricorsi*, como una marcha circular con una edad primitiva o salvaje, que llama barbarie de los sentidos, una edad ascendente en la cual habría un equilibrio entre sentidos y razón y una nueva caída en la barbarie, pero no ya de los sentidos sino de la razón. El «hombre bestia» de Sartori pertenecería a la primera barbarie; pero, para Vico, la barbarie de los sentidos es el nacimiento de una nueva época, que está preñada de vida y de posibilidades (*corsi*): la segunda, la de la razón, es la barbarie de la muerte y la desolación (*recorsi*) a la que le sigue a su vez una nueva barbarie de signo positivo (de los sentidos). Además, en la generación de la cultura y de la sociedad, Vico otorga un papel preponderante a la fantasía¹⁰. Parece invertirse la antítesis de Sartori: el *regnum hominis* podría ser una versión del bárbaro en su fase decadente.

Un comentario adicional acerca de este tema: “Ya no tenemos un hombre que «reina» gracias a la tecnología inventada por él —dice Sartori—, más bien un hombre sometido a la tecnología”¹¹. Describe así un proceso que ha sido abundantemente meditado por la filosofía contemporánea: que el tan preconizado progreso ilustrado es un puñal de doble filo. Estaría de acuerdo en convenir que la televisión y su sucesora, la cibernavegación, son el resultado último y más depurado de la técnica, la cual es según Heidegger, la esencia de la ciencia moderna, instaurada en los albores de esta época por Descartes y Bacon¹² la cual, una vez echada la rueda a girar no puede ser detenida por una decisión individual ni social. No se trata de descreer de la razón sino de estar advertidos acerca de su finitud.

La siguiente clasificación opone el *homo habilis* al *homo faber* en tanto *homo prenilis*, escalón ascendente en la línea evolutiva, previo al *homo sapiens*, pero a la vez su antecesor. El hombre que hace, que fabrica; este hombre —dice Sartori— casi ya no hace, su relación con el mundo se halla cada vez más mediatizada, ha devenido *homo digitalis*, que pulsa botones y comandos. Preguntamos: ¿el *homo digitalis* no hace? El que realice su tra-

⁹ Expuesta en el punto 5) de la segunda parte de *Homo videns*.

¹⁰ Cf. Vico, G.: *Principios de una ciencia nueva sobre la naturaleza común de las naciones*, Madrid, Aguilar, 1956.

¹¹ Sartori, G.: 1998, p. 131.

¹² Cf. Heidegger, M.: *La época de la imagen del mundo*, conferencia pronunciada el 9 de junio de 1938 y publicada en un volumen que recoge otros artículos con el título de *Caminos de bosque (Holzwege)* Madrid, Alianza Editorial, 1995. Dice Heidegger en la página 75: “La técnica mecanizada es otro fenómeno de idéntica importancia y rango. Pero no se debe caer en el error de considerar que esta última es una mera aplicación en la práctica, de la moderna ciencia matemática de la naturaleza. La técnica mecanizada es, por sí misma, una transformación autónoma de la práctica, de la moderna ciencia matemática de la naturaleza”.

bajo y elabore sus productos digitalmente ¿le quita su esencia al hacer? Si así fuera, el *homo faber* ha cesado de existir desde el momento en que se inventó la máquina, esto es, a partir de la revolución industrial. ¿En qué consiste el hacer?, ¿llamamos hacer sólo a lo que realizamos manualmente, como es el caso del trabajo artesanal? Si de eso se trata, no es cierto que haya desaparecido, sino que ha disminuido y ha pasado a tener un carácter más exclusivo que casi se confunde con el arte en un sentido más noble. El *verum et factum convertuntur* de Vico ¿alude tan sólo al hacer manualmente? Vico intenta bosquejar una historia ideal eterna: cuando habla del hacer se está refiriendo a la historia misma y a su sustancialización en un mundo cultural.

El otro aspecto que señala Sartori respecto del aislamiento del hombre en una sociedad signada por los medios de comunicación masiva, y sobre todo por la televisión y la cibernética, parece una cuestión más importante y grave: la comunicación generalizada habría sido la causa —dice— del lamentable aislamiento que sufre el hombre actual. Interpretamos más bien que el aislamiento es una exacerbación de la exaltación del individuo acontecida en el Renacimiento, y cuyo correlato filosófico es el sujeto moderno. Acerca del problema dice Heidegger: “Sólo allí en donde el hombre es esencialmente sujeto, existe la posibilidad de caer en el abuso del subjetivismo en sentido del individualismo. Pero, del mismo modo, sólo allí en donde el hombre *permanece* sujeto, tiene sentido la lucha expresa contra el individualismo y a favor de la comunidad como meta de todo esfuerzo y provecho”¹³. El primer período de la frase podría hacer referencia al individualismo liberal; el segundo parece aludir a los ensayos llevados a cabo por los totalitarismos del siglo XX; en ambos extremos, el resultado es el aislamiento. Que los medios hayan contribuido a su agudización es una tesis que habría que demostrar; y tendría en todo caso igual posibilidad de ser probada que la tesis contraria, de que los *mass media*, y en particular los medios audiovisuales, podrían contribuir a recrear el tejido social, aunque desconocemos todavía sus alcances y su modo de operar. El filósofo italiano Gianni Vattimo sostiene que la irrupción de los medios masivos de comunicación ha provocado un estallido de las diferencias, quebrando el discurso único dominante, permitiendo que se expresen la pluralidad de dialectos¹⁴.

Mediante la oposición *racionalidad y postpensamiento*¹⁵, Sartori continúa diseñando el perfil del *homo sapiens*, poniéndolo ahora en contraste con el *homo insipiens*, el hombre necio e ignorante. Argumenta que si bien siempre ha habido necios e ignorantes, éstos se han multiplicado masivamente y unido en una suerte de rebaño a partir del reinado de la televisión, y que en su accionar ejecutan algo así como una «conspiración de idiotas», que no piensan ni permiten que otros lo hagan. La nota distintiva del *homo insipiens* es, como se deja inferir, su cualidad numérica. Su fuerza y eficacia reside en que son muchos, se imponen y hacen prevalecer su mediocridad. Se trata del hombre reducido a la comunicación u *homo comunicans*. Sartori lo describe, citando a De Matteis, como un hombre reducido a ser pura relación. Sin embargo, esto no es nuevo ni producto de la «audiovisualidad» imperante, sino en todo caso un fenómeno más raigal y definitivo: la des-sustancialización del sujeto, insinuada ya en Kant, consumada por Hegel, para quien el hombre se produce a sí mismo en la lucha y en el trabajo, en el gran escenario de la historia; y retomada por Hei-

¹³ Heidegger, M.: 1995, p.91, subrayado del autor. En este artículo, Heidegger interpreta la época moderna como aquella en la que el hombre deviene sujeto, esto quiere decir que pasa a ser el fundamento de la totalidad de lo que es. La época en la cual la metafísica deviene antropología.

¹⁴ Cf. Vattimo, G.: *La sociedad transparente*, Barcelona, Paidós, 1990, pp. 73-87.

¹⁵ Sartori, G.: 1998, p. 145.

degger en el siglo XX, para quien ha desaparecido incluso el sujeto, interpretando al hombre como ser-en-el-mundo¹⁶. La nostalgia de Sartori por un mundo más seguro y un hombre más firmemente asentado es el síntoma de un desengaño por el que ya hemos transitado hace tiempo. La filosofía ha reflexionado arduamente acerca de ello.

La peculiaridad del *homo comunicans* –según Sartori– es que no comunica nada, que solamente comunica el vacío, porque los contenidos transmitidos por los telenoticiarios son fútiles, lacrimógenos, efectistas, y nada informan acerca del mundo. Este vaciamiento tiene como contrapartida la formación de un público igualmente inconsistente y vano. Esta afirmación supone que los individuos que miran sólo las telenoticias y no leen los diarios, se convierten a la larga en un reflejo idéntico a aquello que miran; esta manera de ver las cosas tiene como presupuesto una concepción del receptor totalmente plana y sin relieves.

Este es el panorama que nos ofrece –dice Sartori– el *postpensamiento*: la falta de adiestramiento de la capacidad de abstracción tiene como consecuencia que *el hombre ha perdido su potencialidad reflexiva y crítica*, y esta pérdida lo ha tornado un ser fácilmente manipulable, un ser, en suma, que ha perdido su libertad. Como vemos, Sartori alimenta todavía la ilusión de una autoconciencia independiente, supuesto moderno que ha entrado en crisis como tantos otros. La hermenéutica filosófica, sin renunciar a la crítica, ha llamado la atención acerca de sus límites, observando que no es posible radicalizarla, pues como ya lo hemos enfatizado, la razón es siempre encarnada y, por lo tanto, finita y situada. Sus alcances dependerán de la chance de ampliar nuestro horizonte de comprensión¹⁷.

A continuación, siguiendo a Ferrarotti¹⁸, describe al hombre de la cultura audiovisual como un individuo perezoso, que prefiere no tomarse el trabajo de pensar y queda fascinado por la imagen televisiva; que carece de pensamiento lógico, de reflexión y también de disciplina; un individuo regresivo que se comporta como un infante a quien todo se le da servido: “El retrato me parece perfecto. La cultura audio-visual es «inculta» y, por tanto, no es cultura”¹⁹. Aun cuando la descripción fuera fiel a la realidad de nuestro tiempo, es por lo menos dudoso que su causa –en sentido mecánico– se deba al influjo todopoderoso de la televisión²⁰. El hombre de la cultura audiovisual es denominado por Ferrarotti *homo sintiens*, el equivalente –según Sartori– de su *homo videns*. El perfil que se destaca en esta oposición es el del individuo formado bajo la cultura escrita, de la imprenta: el *homo sapiens*, frente al modelado por el influjo de la pantalla televisiva²¹. El dilema planteado tiene como trasfondo la polémica con Marshall McLuhan, autor para quien el creciente predominio de los medios audiovisuales tiene, al igual que en Sartori, cualidad antropogenética. Leemos en McLuhan: “Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los

¹⁶ Cf. Heidegger, M: *El ser y el tiempo*, traducción de José Gaos, México, F.C.E., 1951, pp. 65-75.

¹⁷ Cf. Gadamer, H. G.: *Verdad y método II*, traducción de José Gaos, Salamanca, Ediciones Sígueme, 1998, pp. 243 ss.

¹⁸ Sartori, G.: 1998, pp. 149 ss.

¹⁹ Sartori, G.: 1998, p. 150.

²⁰ Esta manera de argumentar recuerda al relato de ficción de J. L. Borges titulado de *El informe de Brodie*, en el que finge reproducir un informe antropológico de un religioso que estuvo confinado a convivir con un grupo de primitivos de condición intelectual casi nula, que creían ciegamente en lo que decían los que sí sabían y por eso dominaban, que eran los hechiceros. En una de sus fatigosas conversaciones con los nativos, éstos le confesaron que cuando alguno de ellos no obedecía, le era impuesto como castigo su conversión en hormiga; como prueba de su afirmación, señalaban las hormigas que caminaban por el suelo. Véase Borges, J. L.: *El informe de Brodie*, Buenos Aires, Emecé, 1968.

²¹ En una nota consignada al pie, Sartori define la palabra *video* como “la superficie en la que vemos las imágenes”. Cf. Sartori, G.: 1998, p. 66.

medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación²². En este fragmento podemos ver que el carácter antropogenético es atribuido por él no sólo a la televisión, sino a cualquier medio de comunicación que haya protagonizado una época; las épocas son a su vez clasificadas de acuerdo a este criterio.

McLuhan se coloca en las antípodas de Sartori, aunque otorgando un efecto decisivo a los medios. Invierte la valoración sartoriana pues ve en la realidad mediatizada por los medios audiovisuales un cambio de signo positivo. La última página de la obra referida reproduce un pequeño comentario publicado en *The New Yorker Magazine Inc.*, por Alan Dunn, lo transcribimos: "Mira, pa, el profesor McLuhan dice que el ambiente creado por el hombre se convierte en su medio para definir su rol en él. La invención del tipo de imprenta creó el pensamiento lineal, o eslabonado, separando al pensamiento de la acción. Ahora, con la TV y la interpretación de canciones folklóricas, el pensamiento y la acción están más próximos entre sí y la implicación social es mayor. Volvemos a vivir en una aldea. ¿comprendes?"²³

Por otra parte, Sartori halla contradictoria la expresión *aldea global*, con la que McLuhan caracteriza a la sociedad *massmediática*, en virtud de que desde un punto de vista estrictamente lógico, «aldea» hace alusión a lo local y «global» a lo universal; son términos contradictorios entre sí, como un círculo cuadrado. Pero, para McLuhan, el impacto de la configuración del entorno provocada por los medios es de tal magnitud que rompe con la lógica binaria. Lo extraordinario del caso es que el ambiente creado por la primacía de lo audiovisual resulta en que el mundo en su conjunto se torna cotidiano. El propósito de la referencia a McLuhan y su tesis no implica nuestra adhesión a la misma. Más bien esta breve presentación tiene por objeto mostrar la precariedad de la perspectiva de Sartori para justipreciar el fenómeno que analiza. Desde dicha perspectiva se pueden sacar conclusiones divergentes.

En su extensa tipología apenas presta atención al *homo ludens*; lo reconoce no obstante en un fragmento de la obra: "En líneas generales (lo iremos viendo detalladamente) es cierto que la televisión entretiene y divierte: el *homo ludens*, el hombre como animal que goza, que le encanta jugar, nunca ha estado tan satisfecho y gratificado en toda su historia"²⁴. Hemos recurrido respecto de este tema, al clásico ensayo del holandés Johan Huizinga²⁵. En este excelente trabajo el autor reflexiona minuciosamente sobre el concepto de juego; dice al comienzo en la introducción «a modo de prólogo»: "Cuando se vio claro que la designación de *homo sapiens* no convenía tanto a nuestra especie como se había creído al principio porque, a fin de cuentas, no somos tan razonables como gustaba de creer el siglo XVIII en su ingenuo optimismo, se le adjuntó la de *homo faber*. Pero este nombre es todavía menos adecuado, porque podría aplicarse también a muchos animales el calificativo de *faber*. Ahora bien, lo que ocurre con el fabricar sucede con el jugar: muchos animales juegan. Sin embargo, me parece que el nombre de *homo ludens*, el hombre que juega, expresa una función tan esencial como la de fabricar, y merece, por lo tanto, ocupar su lugar junto al de *homo faber*"²⁶. Encontramos enriquecedor comenzar este punto con la mención del texto transcrito, a fin de enfatizar la importancia y alcances de lo lúdico, aspecto éste minimizado en la tesis sartoriana.

²² McLuhan, M. y Fiore, Q.: *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*, Buenos Aires, Paidós, 1969, p. 8.

²³ McLuhan, M. y Fiore, Q.: 1969, p. 157.

²⁴ Sartori, G.: 1998, p. 42.

²⁵ Huizinga, J.: *Homo ludens*, Traducción de Eugenio Imaz, Madrid, Alianza Editorial, 1972.

²⁶ Huizinga, J.: 1972, p. 7.

Destacamos en el planteo de Huizinga lo siguiente: 1) El señalamiento de la insuficiencia de la denominación de *homo sapiens*, favorita de Sartori, y la observación de que la misma se corresponde con la concepción del hombre vigente en la Ilustración del siglo XVIII, a la que califica como "ingenuo optimismo". 2) El reconocimiento de que las otras dos definiciones, que señalan el fabricar y el jugar, son inadecuadas, porque no sólo se refieren al hombre sino también a algunos animales. No parece importarle demasiado dar con la característica más feliz en la definición. Su propósito expreso es meditar acerca de lo lúdico en sí mismo. Al inicio de la obra declara el tenor de la misma y el enfoque con que tratará el objeto de su análisis: "En la presente obra el juego es concebido como fenómeno cultural y no, o por lo menos no en primer lugar, como función biológica. En ella se emplean los recursos del pensar científico-cultural (...) apenas hago uso de la interpretación psicológica del juego, sin escatimarle por ello importancia, y que tampoco aplico conceptos y explicaciones etnológicos (...) Si mi demostración tuviera que adoptar forma de tesis, una de ellas rezaría así: la etnología y las ciencias afines conceden poca importancia al concepto de juego"²⁷. En esta introducción expresa también su convicción de que la cultura humana brota del juego.

Haremos mención de algunos pasajes de la obra que aportan luz al problema planteado. Huizinga en su esfuerzo por capturar la esencia del fenómeno del juego, menciona algunos rasgos que pueden resultar de interés para confrontarlos con el enfoque de Sartori: 1) Insiste en que el juego no es patrimonio exclusivo de los hombres, también los animales son "juguetones" y gozan con ello; es por eso que el juego es más viejo que la cultura. Incluso señala que el juego en sus formas más sencillas de la vida animal va más allá de lo meramente fisiológico o psíquico, ya que se trata de una actividad plena de *sentido*; hay en el juego una gratuidad, un don, que rebasa el instinto básico de la autoconservación y de la conservación de la especie. Este *sentido* de que está dotado el juego, ¿es espíritu? Quizá sea demasiado, pero llamarle instinto es demasiado poco; el juego revela —afirma— un elemento inmaterial. Hemos dado con un fenómeno que no es accesorio, que penetra la vida misma, y en el que ya hay *sentido*. Es decir, que *el sentido no es monopolio del pensamiento abstracto*, sino que es mucho más originario, está presente la naturaleza en la forma de juego.

2) El juego está por encima de la oposición bueno-malo, no es de índole moral; también rehuye la oposición verdad-falsedad, propia de la teoría; si lo podríamos encuadrar como *actividad estética*, la de la gracia artística, la de la ficción poética; el «como si» coloca también al juego en el lugar de la ficción, que se dejaría también llamar creación; en ese terreno, nada es verdadero ni falso, ni tampoco bueno o malo; pero sí bello, placentero, gozoso incluso sublime, o bien aburrido, feo, displacentero; nadie jugaría si no hallara placer y alegría en hacerlo. La dimensión estética parece estar ausente, o por lo menos amenazada, en la tesis de Sartori.

3) No se ha llegado al núcleo mismo del concepto de juego porque se lo ha abordado desde perspectivas superficiales que no alcanzan a captar su peculiaridad; no se ha comprendido aún la *intensidad* del juego (el que genuinamente juega se entrega totalmente, pone su corazón en el juego). El rasgo de la intensidad tan propio del juego no es un detalle menor, revela una cualidad esencial de la vida misma. Cuanto menos jugamos más nos separamos de lo viviente, del movimiento; Sartori encuentra esta dimensión de la existencia, infantil y regresiva; no alcanza a penetrar su significación profunda.

4) ¿Dónde está lo divertido, entretenido, apasionante del juego? La respuesta a esta

²⁷ Huizinga, J.: 1972, p. 8.

pregunta resiste toda interpretación lógica, no se limita a la razón: los animales cuando juegan son algo más que cosas mecánicas y los hombres algo más que razón. El juego nos revela, si lo miramos más de cerca, el carácter supralógico de nuestra situación en el cosmos. No puede ser explicado por el principio de razón suficiente, pues carece de "porqué", el juego es porque sí, algo superfluo, un *plus*. Ésta es otra característica: el juego es actividad libre. Este análisis pone en entredicho que la libertad se limite a la capacidad crítica de la razón, vulnerada por la primacía de la imagen puesta en acto por la televisión, como sostiene Sartori.

Nos detendremos por último en la disolución de otra dicotomía usual, la que opone el juego a lo serio. Huizinga dice al respecto que esta oposición no nos sirve de mucho para ahondar en la esencia del juego, porque el juego puede muy bien ser algo serio. Los griegos de la época clásica, por ejemplo, año tras año celebraban las Fiestas Dionisiacas, y en estas conmemoraciones participaban en la representación de las tragedias²⁸, en las que no llegaban al concepto de tristeza por vía de la abstracción, sino a la experiencia del dolor de la existencia por la vía del juego.

La hermenéutica filosófica de Gadamer ha hecho del juego uno de sus conceptos matrices: "Si hubiera que indicar un denominador común de signo positivo frente al ideal de la fundamentación última sería preferible quizá pensar en el concepto de juego de lenguaje. El concepto de juego encontró ya eco en Kant y Schiller así como en los precursores del Romanticismo, y después se impuso sobre todo gracias a Nietzsche, cuyo «juego del mundo» cayó como una sombra estremecedora sobre el siglo en cuyos primeros días Nietzsche se hundió en su último oscurecimiento"²⁹.

1.2. El concepto de cultura

El concepto de cultura de Sartori es concordante con su idea del hombre como *homo sapiens*. Podemos abordar este tema desde los tres ángulos en que lo trata el autor: 1) como una consideración comparada que enfrenta la cultura escrita (de la imprenta) a la surgida a partir de la generalización de los medios de comunicación audiovisuales y principalmente de la televisión (aquí su contrincante principal es Marshall McLuhan). 2) La manera de entender la educación, el problema de la *paideia* (en la ponderación de esta cuestión debate con Nicholas Negroponte). 3) El concepto mismo de cultura latente en la tesis sartoriana y su relación con la civilización tecno-científica; la puesta en cuestión de esta diferencia nos conduce a su idea de progreso, a la cual el autor dedica buena parte de su ensayo.

1. Cultura escrita (hombre de Gutenberg) o aldea global: Sartori comienza su consideración del tratamiento de McLuhan, con un reconocimiento explícito de que fue quien mejor comprendió el significado de la era de la televisión, aunque estima certero pero ambiguo el concepto de «aldea global» por él acuñado. Sartori formula objeciones a este concepto, la atinente a la contradicción latente en la ligazón de dos nociones contradictorias («aldea» y «global») la hemos respondido en la primera parte de este apartado referido al eje antropológico. Agregamos ahora otras críticas, a saber:

1.1. La televisión no llega a todo el mundo y la mitad por lo menos, por no acceder

²⁸ Es interesante que en la lengua alemana «tragedia» se dice *Treuerspiel*, literalmente, juego de la tristeza; desde luego que lo que se ha llamado el «paisaje de la palabra» trasciende su literalidad, hecho que nos sugiere que el vocablo «juego» tiene que ser interpretado más sutilmente, descubriendo en él los máximos matices posibles.

²⁹ Gadamer, H.G.: *Mito y razón*, traducción de José F. Zúñiga García, Barcelona, Paidós, 1997, p. 127.

a la pantalla, está oscurecida y, por lo tanto, olvidada. El aspecto estadístico no es relevante, ya que el problema no es cuantitativo sino cualitativo. Esta apreciación corre el eje del debate; no es el caso aquí de cuál sea la porción de hogares en el mundo —en sentido matemático— que tiene y ve televisión y cuál la que carece de él. Pero, ¿no se trata justamente de que es la TV la que produce ignorancia, oscuridad y olvido? Lo que quiere decir Sartori es que una mitad del globo permanece en tinieblas *para* la otra mitad, la que quedaría indemne del maligno influjo o simplemente se hundiría en la nada, ¿cuál de las dos es la mitad más perjudicada? No encontramos ninguna respuesta a esta pregunta por parte del autor.

1.2. Un factor limitativo que excluye es el coste de la información televisiva si la comparamos con la que nos brinda el periódico. Estamos de acuerdo, pero si llevamos este argumento hasta el fondo, lo que se pone en tela de juicio no es lo que se gasta en la comunicación televisiva, sino la lógica económica del capitalismo planetarizado, problema a la vez filosófico³⁰, económico y político.

1.3. La televisión sólo brinda futilidades e inventa acontecimientos, los llamados *acontecimientos mediáticos*, cuya característica más notable es su alto impacto emotivo. El lado más perturbador pareciera ser para Sartori que un público que padece el “unicismo” televisivo distorsiona su visión del mundo y por lo tanto de sí mismo; se empobrece y trivializa su saber acerca de la realidad. La interpretación de McLuhan aparece como menos rígida y terminante, partiendo de un esquema similar. Considera que todo cambio registrado en la historia en el medio por el que los hombres se comunican, trae aparejadas ventajas, pero también irremediables pérdidas, ya que cada uno de ellos configura al ambiente humano de manera singular. El paso de la cultura analfabeta a la alfabetada, por ejemplo, ocasionó la disminución de la capacidad de la memoria; al fijarse los contenidos del saber colectivo en la escritura, cesaron de ejercitarse otras habilidades con que contaba el hombre de la cultura pre-alfabética, como la música y la poesía. Es curioso que los pueblos, en su etapa de formación, en su edad heroica, hayan «cultivado» la música, a través de los rapsodas en la Antigüedad, como parece haber sido el mismo Homero, o de los juglares durante el Medievo. Dice McLuhan: “La *Iliada* de Homero fue la enciclopedia cultural de la Grecia prealfabética, el vehículo didáctico que proporcionó a los hombres una guía para su vida espiritual, ética y social. Para asegurar la transmisión fiel de la tradición, de generación en generación, se reunieron todas las habilidades persuasivas del lenguaje poético y dramático. (...) Esos cantos de los bardos estaban organizados rítmicamente en metros, con gran maestría formal, de modo que templaban psicológicamente a todos los oyentes para la memorización, y el fácil recuerdo. En la Grecia prealfabética, no había analfabetismo del oído”³¹.

Conviene señalar, en primer lugar, que para McLuhan la cultura visual no es la de la TV sino la de la imprenta, pues el ojo es el que sigue una secuencia lineal en la lectura; la cultura audiovisual por el contrario, es auditiva, y su modo de transmisión es oral, como lo ha sido en la Grecia anterior a siglo VII a. C., momento en el que se instaura el alfabeto y a partir del cual progresivamente se extiende, aunque es cierto que recién con la imprenta llegaría a ser masivo. Para Sartori, en cambio, la audivisualidad inaugura la primacía de la imagen sobre la palabra escrita.

En segundo lugar, es interesante percatarnos que en el fragmento citado, McLuhan

³⁰ Al respecto, Marx, el marxismo y, en general, la sociología y la economía han estudiado el mecanismo que mueve la rueda de la producción capitalista, dos de cuyos principales engranajes son la comunicación y el mercado, aspectos que hemos tratado en nuestras anteriores investigaciones.

³¹ McLuhan, M. y Fiore, Q.: 1969, p. 113.

responde por anticipado la objeción de Sartori -quien afirma que sin imprenta no hubiera habido *Enciclopedia* y por tanto tampoco Ilustración³²-, al dar a la *Iliada* homérica la dignidad de la enciclopedia. Evidentemente hay maneras diversas de entender el término «enciclopedia»: Sartori alude puntualmente a la obra de Diderot, D'Alambert y otros pensadores de las Luces francesas, precursores de la Revolución; McLuhan, en cambio amplía el «paisaje» de la palabra, para referirse a un saber compartido que identifica a los miembros de una comunidad, en una peculiar experiencia de la realidad, comunión de creencias, de valores y de esperanzas.

2. La televisión -dice Sartori- al reemplazar el primado de la palabra por el de la imagen, ha metamorfoseado la naturaleza del *homo sapiens* transformándolo en un espécimen deplorable, el *homo videns*. El asunto parece revestir una situación de riesgo para el futuro de la humanidad, pues la televisión es una *paideia* que forma (o más bien deforma) al niño desde su más tierna infancia, es la primera escuela, o, como dice el autor, la escuela divertida que antecede a la escuela aburrida. Ya hemos considerado este planteo. Nos detendremos aquí, en el término *paideia*, perteneciente al griego clásico y que presentaba una singular polisemia, al igual que los nuestros de «cultura» y «educación», de origen latino, o *Bildung* del alemán. Werner Jaeger, citado por Sartori en su obra, define la *paideia* del modo siguiente: "... resulta claro y natural el hecho de que los griegos, a partir del siglo VI, en que este concepto halló su definitiva cristalización, denominaran *paideia* a todas las formas y creaciones espirituales y al tesoro entero de su tradición, del mismo modo que nosotros lo denominamos *Bildung* o, con la palabra latina, *cultura (Kultur)*"³³. ¿Entiende Sartori la palabra *paideia* en los mismos términos? Por lo que sigue diciendo sospechamos que no es así: para él el logro y el esfuerzo de la educación (otra traducción posible del vocablo griego) está circunscripto a la palabra escrita, lo que cae fuera de ella es barbarie y regresión. No parece coincidir con Jaeger, para quien "el tesoro entero de su tradición" no se limitaba a los contenidos escritos, más bien lo que nos queda hoy como documento escrito, relata y recrea temas de una época mítica, primigenia, en la cual se habría sentado el espíritu que la alentó. Es cierto que sin escritura habríamos perdido aquellos tesoros, y este es el lado valioso y positivo de la misma; pero a su vez, sin las hazañas (producto de la fantasía o no), los mitos, la poesía popular, que referían a un tiempo remoto, la escritura no habría tenido nada para «fijar»; antes bien la escritura se impuso como una necesidad de preservarlos.

En este punto haremos algunos comentarios acerca de la polémica que entabla Sartori con Nicholas Negroponte, para quien el protagonismo de la televisión va a ceder su lugar a los multimedia de los que derivará una nueva y más dinámica forma de educar. El pronóstico de Sartori es que la televisión continuará prevaleciendo, porque ya se ha instalado un hábito de pasividad, difícil de desarraigar y que, aun en el caso de que se recurra a la digitalidad, la misma reproduciría una idéntica tendencia a "telever" o degeneraría en una repetición compulsiva a operar los video-juegos de índole también repetitiva³⁴.

3. Sartori confunde cultura con civilización y esta confusión tiene como consecuencia que la idea de progreso pierda precisión conceptual. Herbert Marcuse en uno de sus artículos hace un exhaustivo análisis al respecto, aunque con otro propósito. Señala dos posibles acepciones del término *cultura*: el primero reza: "Este concepto se refiere al todo

³² Cf. Sartori, G.: 1998, p. 30.

³³ Jaeger, W.: *Paideia: los ideales de la cultura griega*, traducción de Joaquín Xirau y Wenceslao Roces, México, FCE, 1957, p. 278.

³⁴ Cf. capítulo 1, 6. Relación entre el pensamiento de Giovanni Sartori y Nicholas Negroponte.

de la vida social en la medida en que en él tanto el ámbito de la reproducción ideal (cultura en sentido restringido, el «mundo espiritual»), como el de la reproducción material (la «civilización») constituyen una unidad histórica, diferenciable y aprehensible³⁵. Parece tratarse aquí del concepto antropológico de cultura, según el cual no se revela contraste alguno con el de «civilización».

La segunda manera de entender el concepto, es la de abstraer aquel mundo espiritual y elevarlo por encima de la facticidad de la existencia, oponiendo un plano al otro. La cultura, como reino de los valores supremos y de las metas últimas del hombre, se opone a la necesidad y utilidad de la vida material. El ocio y el trabajo son separados nuevamente, como en el mundo antiguo, pero esta vez el *tópos* suprasensible se yergue como válido y obligatorio para todos. Así es como se distinguen *cultura* y *civilización*, y «aquella queda sociológica y valorativamente alejada del proceso social»³⁶. Es a esta forma histórica de cultura que Marcuse llama *cultura afirmativa*, y que en su desarrollo llevó a la separación entre los dos mundos, el espiritual y el mundo material, colocando el primero por encima del segundo. A Sartori se le escapa el matiz destacado por Marcuse y, consecuentemente, su apelación al *progreso* carece de consistencia. Tan pronto habla tomando la óptica de la civilización y menciona uno tras otro los sucesivos avances tecnológicos: la imprenta, el telégrafo, el teléfono, la radiofonía; esta secuencia se extingue a partir de la televisión, que corta el ritmo ascendente y tiene un efecto regresivo: verifica que la consigna de la mejora indefinida que nos prometió la Ilustración no se cumple, es éste el momento no reflexivo en el cual se desliza subrepticamente al sentido más estricto de cultura, que Marcuse nombra como su «carácter afirmativo». ¿Qué pasó de pronto?, ¿porqué esta inversión repentina de signo? En su indignación, advertimos que Sartori se ha quedado prendado ingenuamente del optimismo del siglo XVIII y no se ha desengañado aún de aquella ilusión. Maldice la televisión que es uno de los productos últimos y más depurados del programa ilustrado, que fue un jalón fundamental de la sociedad tecno-científica.

1.3. La tesis de fondo de Sartori: cultura de la imagen, involución antropológica y heteronomía política

El análisis crítico de Sartori no se aleja en ningún momento de su tesis de fondo: la televisión desplaza a la cultura conceptual porque instala una cultura de la imagen. La infancia que transcurre frente a las pantallas de la televisión o de los videojuegos antes de aprender a leer y a escribir carece de bases apropiadas para el desarrollo de competencias formales. Esto produce un efecto antropológico involutivo: anula el atributo esencial del ser humano, el pensamiento conceptual y argumentativo. Tal efecto vuelve a las personas heterónomas, pasivas y manipulables. Por esto la consecuencia política de la televisión es la configuración creciente de una sociedad teledirigida en la que se diluyen aspectos esenciales de una organización democrática tales como el gobierno de la opinión, la formación de la opinión pública, el proceso electoral y las decisiones de gobierno.

La incursión de Sartori en el campo antropológico tal vez no sea, desde un punto de vista científico, impertinente, ya que la audacia de una afirmación no es una buena razón en su contra, pero nos parece que esa incursión es meramente verbal y que su sentido es más

³⁵ Marcuse, H.: *Acerca del carácter afirmativo de la cultura*, publicado en *Cultura y sociedad*, traducción de E. Bulygin y E. Garzón Valdez, Buenos Aires, Sur, 1978, pp. 49 ss.

³⁶ Marcuse, H.: 1978, p. 50.

bien retórico, ya que se reduce al uso de un vocabulario antropológico, realizado además en contadas y breves ocasiones, lo que lo vuelve más bien una apelación al léxico de la antropología, concretamente a alguno de sus conceptos. Tal apelación presenta las características de una estrategia argumentativa informal más que las de una metodología científica.

Acaso una apelación a la historia hubiera sido retóricamente más efectiva. Sartori no reniega de la civilización moderna ni de los ideales ilustrados. Hubiera podido retomar la vieja antinomia entre civilización y barbarie y hablar de la cultura del concepto desplazada por la barbarie de la imagen. La involución ya no sería antropológica sino histórica. El aparato de televisión sería el Caballo de Troya de la barbarie y el regreso al mundo prehistórico. La civilización sucumbiría, paradójica o dialécticamente, debido a uno de sus frutos: la televisión.

2. Consideración de los supuestos epistemológicos de *Homo Videns*

En lo que sigue abordaremos los supuestos de *Homo videns* desde una perspectiva epistemológica, es decir, intentaremos desentrañar los supuestos relativos al conocimiento, la verdad y la razón que subyacen a las tesis de Sartori. Este eje será desarrollado en tres ámbitos que responden a las preocupaciones que manifiesta Sartori a lo largo de su análisis de las consecuencias del fenómeno de que la televisión y los medios de comunicación masiva en general se han instalado en la vida cotidiana de los hombres de la cultura occidental. Estos tres ámbitos no están, desde ya, aislados pero su distinción es necesaria a los efectos de la claridad del análisis. Serán caracterizados como: a) la concepción del conocimiento y de la verdad, b) la construcción y adquisición individual del conocimiento, c) la construcción y adquisición social del conocimiento. La primera es una preocupación más propiamente filosófica, y es el punto de partida de las otras dos por lo que nos ocupará más extensamente que ellas. En su exposición tendremos en cuenta los filósofos que Sartori cita en apoyo de su tesis, además de otras líneas de pensamiento que puedan aportar argumentos en este respecto. La segunda, además del aspecto psicológico en el que no entraremos aquí, entraña consideraciones sobre la *paideia* (por recurrir al concepto que el mismo Sartori utiliza) apoyadas en las concepciones del primer ámbito. Finalmente, la tercera remite fundamentalmente a una concepción de la verdad y su accesibilidad a toda la sociedad.

Cada uno de estos ámbitos, a su vez, puede ser definido por una tesis, a saber, respectivamente: a) "un «conocimiento mediante imágenes» no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y (...) más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo"³⁷; b) como consecuencia de a), los niños cuya educación consiste en la adquisición del conocimiento así concebido, padecen de un empobrecimiento correlativo de su capacidad de conceptualización o de abstracción (y, en consecuencia, de su capacidad de crítica); c) finalmente, este empobrecimiento de la capacidad subjetiva de conceptualizar, da vía libre a la producción y a la circulación social de un conocimiento «falso» o «distorsionado», cuyas repercusiones en la vida política o, más precisamente, democrática de los hombres preocupa especialmente al autor. Examinemos, pues, cada una de estas tesis.

2.1. El ámbito del conocimiento y la verdad

La aserción elegida para caracterizar este ámbito no es subrayada por Sartori de manera particular en su libro. No obstante, consideramos que contiene los elementos centrales de su postura y por eso la hemos propuesto como tesis característica de este ámbito de análisis. Básicamente, la frase arriba citada presenta una oposición entre el "conocimiento mediante imágenes", por un lado, al que Sartori entrecomilla dado que no considera conocimiento en sentido propio, y "un saber en el sentido cognoscitivo del término", por el otro. Por su parte, este conocimiento mediante imágenes es el que ofrece en forma masiva la televisión, medio de comunicación de masas contra el que Sartori dirige, muy especialmente, sus críticas. De ahí que la forma que adopta predominantemente el conocimiento en las sociedades del presente -que Sartori no dudaría en calificar con Lipovetsky (aunque su valoración de la misma sea diametralmente opuesta) «de los *mass-media*»-, es la imagen. De ahí, también, el sentido del título del libro y del tipo humano que esta forma de circulación del conocimiento genera: el *homo videns*, podemos conjeturar, no es sólo «aquél que

³⁷ Sartori, G.: 1998, p. 52.

ve» o que tiene por esencia el ver, sino aquél cuyo conocimiento está circunscripto a «lo que se ve». Y, en particular, a lo que se ve en la televisión. Esta segunda interpretación, por lo demás, es coherente con el énfasis con que Sartori atribuye al ver un carácter pasivo. El tratamiento del concepto de imagen y de percepción es, pues, lo que desarrollaremos a continuación.

2.1.1. La imagen y el concepto

El conocimiento mediante imágenes diferenciado del conocimiento conceptual es sólo una de las formas en las que Sartori presenta el juego de oposiciones que articulan el libro, no sólo desde la perspectiva epistemológica sino también ontológica y antropológica³⁸. De hecho, el libro pone de manifiesto insistentemente unos juegos de oposiciones que caracterizarían a los tipos de hombres y de culturas que intenta distinguir. Otras de las formas de la oposición son: **a) en el ámbito del conocimiento y la verdad**, *ver y pensar* (p. 25); *imagen y lenguaje-palabra* (pp. 25-7, 50); *imágenes y palabras abstractas o pensamiento conceptual* (pp. 45, 46); *lenguaje concreto y lenguaje abstracto o lenguaje construido en la lógica* (p. 46); *sentidos, y conceptos y concepciones mentales* (nuevamente, con su correlato ontológico en *mundus intelligibilis y mundus sensibilis* (p. 47); *lenguaje conceptual (abstracto) y lenguaje perceptivo (concreto)* (p. 48); *doxa - opinión y episteme - saber y ciencia* (p. 69); *imagen y palabra escrita* (p. 100). Estas formas opuestas se corresponden con las oposiciones en: **b) el ámbito del conocimiento individual**, *ver y entender* (p. 36); *ver y leer* (p. 37, 50) (y, correlativamente, en un plano ontológico «visibles» o *realidades simuladas y cosas reales* (p. 32)); *ver pasivamente y ver activamente* (p. 60) (en una concesión al «ver»); *información y conocimiento* (p. 79); *visible e invisible* (p. 84) (otra forma ontológica); *pathos y logos* (p. 115); *artificialidad y experiencia directa* (p. 135); *ver y fantasear y reflexión abstracta y analítica* (p. 136); y **c) en el plano del conocimiento social**, *bit de información y contenido de la información* (p. 98); *video pensamiento y sentido crítico, o capacidad de abstracción, o capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso* (p. 102); *lumpeninteligencia y crítica de la racionalidad* (p. 147); *ignorancia y racionalidad* (p. 149)³⁹. Todas estas oposiciones parecen ser, en principio, equivalentes en el sentido de que uno de los términos define al *homo sapiens*, su mundo y su cultura y el otro hace lo propio con el *homo videns*. No obstante, a pesar de que las tomaremos en parte como eje para articular los distintos ámbitos, veremos que en el fondo dan lugar a una forma reduccionista de pensar el problema.

El segundo aspecto significativo que constituye la oposición en esta tesis es la valoración contenida en ella: el fortalecimiento del primer término de todas estas oposiciones redonda en un empobrecimiento y un menoscabo del segundo; más aún, haciéndonos eco del tono apocalíptico de Sartori, diríamos que anuncia su desaparición. Y esto se debe a que el conocimiento por imágenes se deriva directamente del imperio de los medios masivos de comunicación y el consiguiente desplazamiento de otras formas de transmisión del conocimiento⁴⁰. O, dicho con mayor precisión, esto se debe a que la forma como los medios masivos

³⁸ En lo que hace al aspecto antropológico de este juego de oposiciones sólo mencionaremos aquí que, básicamente, oponen el *homo sapiens* al *homo videns*, así como los «analfabéticos culturales» a los «hombres cultos», cf. Sartori, G.: 1998, p. 59.

³⁹ Esta clasificación de las oposiciones sólo tiene el sentido de ordenar su presentación; en muchos puntos se superponen los ámbitos alrededor de una oposición, como veremos más adelante.

⁴⁰ Tanto el «imperio» de la televisión como el consecuente desplazamiento que provoca de una forma de pro-

vos de comunicación y en particular la televisión ponen en circulación el conocimiento en la sociedad contemporánea consiste en la emisión de las imágenes en las que pretenden «traducir» el conocimiento. De modo que el problema se centra, en primer lugar, en qué es la imagen y cuáles son sus limitaciones.

Ahora bien, aun cuando este «hecho» del transvasamiento del conocimiento en imagen sea concedido a Sartori, no sería posible arribar a las consecuencias que éste extrae de aquél sin algunos supuestos convergentes, que se hacen visibles en la lista de oposiciones citada un poco más arriba. En efecto, si todas las oposiciones son de alguna manera equivalentes, entonces la imagen, la *doxa*, el «lenguaje concreto» son también equivalentes y la operación subjetiva o la facultad del hombre que realiza estas operaciones es el «ver» o el «sentir» en general (con los que se relacionan la percepción, la imaginación y la fantasía, pero no el pensamiento⁴¹). El primer término, la imagen, se opone por momentos al lenguaje-palabra o al lenguaje conceptual, y en otras ocasiones al lenguaje, sin más. Este último es, según Sartori, definitorio del carácter simbólico del hombre y condición de posibilidad del desarrollo de la cultura, mientras que las imágenes no diferirían por sí mismas de las señales mediante las cuales hasta los animales pueden comunicarse⁴². De esta manera, la capacidad simbólica del hombre se expresa en las palabras y el pensamiento -que consistiría en una especie de discurso interno mediante palabras-, pero no se pondría de manifiesto en las imágenes producidas por el hombre, por no mencionar todos los objetos que el hombre produce y que no «se leen» sino que también «se ven». ¿Cabría pensar, en consecuencia, que, entre estos objetos, el periódico que abandonamos displicentemente sobre el asiento de un tren, tiene más valor cultural que una obra de, digamos, Modigliani? De esta última, aparentemente, también podríamos decir que cualquier cosa que se diga sobre ella “el hecho de *ver* prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la *imagen*, comenta la imagen”⁴³. Sin embargo, estas son palabras que Sartori dedica a la televisión, no a las obras de arte, de las cuales no trata en su libro.

Tal vez, esta parezca una pregunta absurda -al igual que muchas otras que podrían seguirse del planteo sartoriano de estas páginas-; pero el hecho es que la misma es consecuencia de la insistencia de Sartori de negar a la imagen todo contenido conceptual. ¿Será que Sartori concibe la imagen como totalmente vacía de concepto, o será que lo que Sartori denuncia es que la televisión vacía a la imagen del contenido conceptual propio de las imágenes? En ningún momento establece él esta diferenciación, por lo que no podemos saberlo. Lo que sí inferimos de sus palabras es la primera posición, esto es, que la imagen está vacía de concepto o, como él mismo lo dice, que imagen y concepto son “enemigos”. Se trata, puesta en estos términos, de una posición bastante más reduccionista que la segun-

ducción, transmisión y adquisición de cultura a otra, son «hechos» a los ojos de Sartori. Consideramos que este diagnóstico de la realidad es discutible, aunque aquí no nos detendremos a evaluarlo dado que lo que nos interesa por el momento son los supuestos desde los que este autor «ve» estos hechos.

⁴¹ En su estudio sobre la subjetividad política, Slavoj Žižek advierte que el análisis kantiano de la imaginación omitió referirse a la función disolutiva de esta actividad. Dice: “En última instancia la imaginación representa la capacidad de nuestra ente para desmembrar lo que la percepción inmediata une, para «abstraer», no un idea común, sino un cierto rasgo entre los otros rasgos. «Intaginar» significa imaginar un objeto parcial sin su cuerpo, un color sin forma, una forma sin volumen” (Žižek, S.: *El espinoso sujeto*, Buenos Aires, Editorial Paidós, 2001, p. 40).

⁴² Cf. Sartori, G.: 1998, pp. 24-7.

⁴³ Sartori, G.: 1998, p. 26.

da.⁴⁴ Sin embargo, las afirmaciones en este sentido abundan en *Homo videns*. Por ejemplo, en otro lugar afirma rotundamente que “el pensar no necesita del ver”,⁴⁵ excluyendo de manera definitiva los ámbitos de la imagen y el concepto, y cerrando así cualquier forma de intersección entre ellos⁴⁶. Esta exclusión parecería, por lo demás, negar toda posibilidad de concebir la imagen como un producto de la actividad del hombre. Si lo fuera, entonces debería haber en ella alguna inteligibilidad y alguna significación, amén de su carácter representativo. Es decir, la imagen misma *produciría realidad* en lugar de limitarse a reproducirla.

El origen que podemos rastrear en Sartori de esta exclusión es el pensamiento platónico, o al menos eso parece cuando afirma que “las cosas en las que pensamos no las ve ni siquiera el que puede ver: no son «visibles»”, o cuando sostiene que las imágenes en las que intentamos traducir los conceptos “son sólo distorsiones de esos conceptos en cuestión (...) La imagen de un hombre sin trabajo no nos lleva a comprender en modo alguno la causa del desempleo y cómo resolverlo (...) al igual que la figura de un pobre no nos explica la pobreza, ni la imagen de un enfermo nos hace entender qué es la enfermedad”⁴⁷. Esta resonancia de algunos pasajes platónicos del *Fedón*, o del *Parménides*, o aun a la alegoría de la caverna de *República*, parece confirmarse cuando esta distinción epistemológica es puesta en equivalencia con la oposición ontológica entre *mundus sensibilis* y *mundus intelligibilis*⁴⁸. No entraremos por el momento en la cuestión de si Sartori ha tomado correctamente los conceptos platónicos -de hecho, ningún diálogo es mencionado de manera explícita en el texto, ni siquiera se lo incluye en la bibliografía. Lo cierto, de todos modos, es que los cautivos de la caverna platónica bien podrían verse en nuestros contemporáneos, los televidentes, encadenados en sus sofás, limitando su percepción a las imágenes que ofrece la pantalla y tomándolas por lo real, sin sospechar que con sólo cerrar los ojos y dejar de «ver» accederían a una forma más elevada de conocimiento, el «pensar». Y afirmamos esto

⁴⁴ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 84. Podríamos conceder a Sartori el beneficio de la duda y replicar que, a pesar de que la imagen tenga contenido conceptual, se requiere de sujetos capaces de «leerlo», con lo que entraríamos en el ámbito del conocimiento subjetivo. Discutiremos esto más adelante.

⁴⁵ Sartori, G.: 1988, p. 25.

⁴⁶ “En un pasaje singular de *De Anima* (III, 7 y 8), Aristóteles sostiene que «nunca el alma piensa sin fantasma», y desarrolla esta idea en una especie de «esquematismo aristotélico» (toda noción abstracta -por ejemplo, la de un triángulo- debe acompañarse en nuestro pensamiento de una representación fantasmática sensible, aunque no corporal; cuando pensamos en un triángulo, tenemos en la mente la imagen de un triángulo concreto)” (Zizek, S.: 2001, p. 34).

⁴⁷ Sartori, G.: 1998, p. 25 y p. 47, respectivamente.

⁴⁸ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 47. Si en Sartori esta oposición es verdaderamente ontológica es más difícil de decidir aún que el valor ontológico y epistemológico de esta distinción en el pensamiento platónico. Intentaremos aclarar el punto un poco más adelante.

Cf. *República* 510 a y ss., donde Platón distingue el mundo visible del inteligible.

Cf. *Fedón* 65 d - 66 a, refiriéndose a lo justo, lo bueno, lo bello, Sócrates argumenta: “Pues bien, ¿has visto ya con tus ojos en alguna ocasión alguna de tales cosas? [...] ¿Las percibiste, acaso, con algún otro de los sentidos del cuerpo? (...) ¿Es acaso por medio del cuerpo como se contempla lo más verdadero de ellas, u ocurre, por el contrario, que aquel de nosotros que se prepara con el mayor rigor a reflexionar sobre la cosa en sí misma, que es objeto de su consideración, es el que puede llegar más cerca del conocer cada cosa?” (Buenos Aires, Aguilar, 1961, traducción de Luis Gil Fernández).

Cf. las palabras del joven Sócrates alabadas por su interlocutor en *Parménides* 135d-e: “(...) que no accedías a que el examen se perdiera en las cosas visibles ni que se refiriera a ellas, sino aquellas que pueden aprehenderse exclusivamente con la razón y considerarse que son Formas.” (Madrid, Gredos, 1992, traducción de María Isabel Santa Cruz). Estas citas no agotan para nada los ejemplos que pueden encontrarse en estos mismos diálogos o también en otros no citados.

porque, para Sartori es un «hecho» que los hombres están perdiendo el hábito de la lectura y se encierran cada vez más en el mundo sensible que les ofrece su televisor⁴⁹.

Pero retomemos la tesis de Sartori en relación con la imagen: en su corazón reside la idea de que los conceptos no son visibles, ni pueden hacerse visibles. En consecuencia, las imágenes no podrían de ninguna manera contenerlos, ni señalarlos, ni acercarlos, ni ejemplificarlos. Esto último, para Sartori, no es tan sólo una inferencia de la distinción entre el mundo sensible y el inteligible sino que es, simplemente, un “*hecho* (...) que la imagen no da, por sí misma, casi ninguna inteligibilidad”⁵⁰. Nótese que, con esto último, la distancia que impone Sartori entre imágenes y conceptos es más radical todavía que la que Platón problematiza entre las cosas individuales y las Ideas -sin mencionar que, mientras que para Platón la relación es problemática, para Sartori la exclusión no deja lugar a dudas. Si a esto sumamos los otros «hechos» reunidos en *Homo videns*, de que a) la televisión -o los medios visuales de transmisión del conocimiento- impera en nuestra sociedad y en nuestra época y es la forma en la que la sociedad transmite su cultura y los individuos la adquieren, y b) que la forma como la televisión transmite el conocimiento es la imagen, la conclusión final es clara: por más esfuerzos que haga la televisión, el conocimiento que transmita será siempre una deformación del conocimiento conceptual, dado que su forma es la imagen, y ésta no es el vehículo adecuado para transmitir ese conocimiento porque es imposible transvasar el concepto en imagen. Más aún, si así fuera, no sería de utilidad siquiera enseñar a los individuos a «leer» las imágenes, simplemente porque *no habría nada que leer en ellas*. De hecho, Sartori afirma que “la imagen es pura y simple representación visual. La imagen se ve y eso es suficiente (...) La imagen no se ve en chino, árabe o inglés; como ya he dicho, se ve y es suficiente”⁵¹.

Sin embargo, esto último conlleva una nueva dificultad respecto de las fuentes que el mismo Sartori cita. En este punto, nos referimos a Cassirer, a quien se apela en el texto que estamos analizando para definir el carácter simbólico del *homo sapiens*, que el *homo videns* pierde al quedar enredado en la no-significación de la imagen. Según Sartori, entonces, el *homo sapiens* se caracteriza por ser simbólico mientras que, el *homo videns*, una vez perdida su capacidad de conceptualización, pierde también su ser simbólico. Esto se deriva de que la imagen no es concebida como símbolo. Sin embargo, esta forma de referirse a la imagen no es, precisamente, la que Cassirer sostiene. Sartori define al *homo sapiens* como «animal simbólico», pero reduce la capacidad simbólica a la capacidad de *palabra* -y, como veremos más adelante, tampoco es ésta *cualquier* palabra. Como contracara del lenguaje y la simbolización, identifica sin más la imagen con la representación o, mejor, con la referencia directa a un objeto. En consecuencia, si la palabra es la que permite la constitución de un mundo simbólico, la imagen, en cambio, aleja a los hombres de él: el hombre instalado en un mundo en el cual predomina la imagen no sería ya un animal simbólico, sino «vidente»⁵². Ahora bien, a pesar de la referencia sartoriana, no es exactamente ésta la manera como Cassirer trata la imagen y la representación. En primer lugar, no están ambas identificadas para el pensador alemán. En segundo lugar, la representación es una de las funciones de la conciencia simbolizante: “La representación hace referencia a la conexión de la imagen y la palabra con la cosa: hay un contenido que se plasma y que actúa como *medium*

⁴⁹ Cf. Sartori, G.: 1998, pp. 50-2.

⁵⁰ Sartori, G.: 1998, p. 51, énfasis nuestro.

⁵¹ Sartori, G.: 1998, p. 35.

⁵² Cf. Sartori, G.: 1998, p. 26.

entre el yo y el mundo. Las representaciones van produciendo un universo múltiple y variado, cuya unidad sintética está en la conciencia que las comprende e interpreta. (...) El enlace objetivo de las representaciones hace alusión a la tercera función: la significación⁵³. Dicho en otras palabras, la imagen no es, ni siquiera en la fuente de Sartori, enemiga del concepto o de la simbolización -en este último son sinónimos. La simbolización es una función de enlace en la que la imagen y la palabra son solidarias respecto de la cosa y de ningún modo es ajena a la significación. Sin embargo, Sartori afirma muy enfáticamente las siguientes tesis: que la imagen no es símbolo ni es simbólica, en el sentido de Cassirer. Tampoco es producto de la actividad perceptiva del sujeto, ni de la actividad *poiética* del hombre. La imagen es sólo una referencia concreta a las cosas concretas; su carácter referencial impide que la llamemos «muda», pero respecto de lo que cuenta, es decir, respecto de lo esencial del *homo sapiens* -su capacidad de abstracción-, es como si lo fuera. “Porque ya sabemos que la imagen es *enemiga* de la abstracción, mientras que explicar es desarrollar un discurso abstracto”⁵⁴, nos recuerda Sartori. Y esto hace de la imagen y de la «cultura de la imagen» una amenaza peor que una transformación de la cultura «de la palabra»: el crecimiento de la primera implica, necesariamente, la aniquilación de la segunda.

Los temores de Sartori, explicitadas sus premisas, son comprensibles. Sin embargo, los temores que despiertan sus supuestos son más comprensibles todavía. Esto es así, porque es difícilmente sostenible una separación tan radical entre sensibilidad e inteligencia, o entre imágenes y conceptos. La misma, por otra parte, se articula con otra separación, esta vez, relacionada con los distintos tipos de lenguaje: uno relativo a la imagen o lo «visible», otro relativo al concepto o lo «invisible». Analizaremos a continuación esta nueva distinción.

2.1.2. Concreto y abstracto: el estatuto epistemológico del lenguaje

La amenaza de la supresión del concepto y su remplazo por una forma no abstracta de pensamiento parece ser más grave de lo que hemos planteado en los últimos párrafos del apartado 2.1.1.. Hasta este punto, la imagen ha sido diferenciada del lenguaje en términos generales. Sin embargo, Sartori establece una diferenciación ulterior en el seno mismo del lenguaje, entre *lenguaje concreto* y *lenguaje abstracto o conceptual*. Esto significa que el lenguaje lo constituirían, por un lado, «palabras concretas», “es decir, palabras como casa, cama, mesa, carne, automóvil, gato, mujer, etc., nuestro vocabulario de orden práctico”. Por otro lado, tendríamos «palabras abstractas»: “nación, Estado, soberanía, democracia, representación, burocracia, (...), justicia, legitimidad, legalidad, libertad, igualdad, derecho, (...), paro, inteligencia, felicidad”⁵⁵. Las palabras concretas, por su parte, son palabras que refieren a «cosas visibles» y, en este sentido, son meras «representaciones» -*imágenes?*-; en tanto, son palabras abstractas aquellas que “no tienen ningún correlato en cosas visibles, y cuyo significado no se puede trasladar ni traducir en imágenes”⁵⁶. Dicho de otro modo, son abstractas las palabras que remiten al ámbito de lo «invisible», esto es, lo inteligible.

Cabe señalar, en primer lugar, que la distinción de tipos de lenguaje propuesta por *Homo videns* difiere de la que el mismo Sartori establece en *La política...* Aquella distin-

⁵³ Cf. supra, capítulo 1, parte 3.

⁵⁴ Sartori, G.: 1998, p. 84, nuestro énfasis.

⁵⁵ Sartori, G.: 1998, p. 45 y pp. 45-6, respectivamente.

⁵⁶ Sartori, G.: 1998, p. 45.

ción ha sido reseñada en el capítulo 1, y establece dos tipos de lenguaje, el «materno» y el «lógico». El primero es un lenguaje emotivo, ambiguo, impreciso, incapaz de hablar de sí mismo y, en consecuencia, de promover autoconciencia; mientras que el último, propio del *homo sapiens* es el lenguaje de la crítica, de la reflexión y del conocimiento en cualquiera de sus manifestaciones. Ahora bien, mientras que el lenguaje abstracto en su descripción de *Homo videns* parece mantener los rasgos centrales del lenguaje lógico -de hecho, Sartori lo considera "construido en la lógica"⁵⁷-, el lenguaje concreto no mantiene los mismos rasgos del lenguaje materno. Si bien se trata de un lenguaje a cuya sola instancia no es posible la crítica, carece de la riqueza que, aparentemente, es propia del lenguaje materno. Oportunamente, se ha señalado que la ambigüedad del lenguaje materno -al que también se ha identificado con el lenguaje del «mundo de la vida»-, si bien no es adecuada para la ciencia y la crítica, al menos le confiere una «densidad» significativa de la que carece la imagen televisiva. Sin embargo, el lenguaje concreto se presenta ahora despojado de esta ambigüedad, de esta riqueza de sentido y se limita a ser pura referencialidad a las «cosas» cotidianas, pura imagen o representación de las cosas, incapaz de establecer un tejido de significación o, en palabras de Sartori, inteligibilidad.

Parecería ser, pues, que Sartori se ubica en este sentido en una posición «realista» bastante ingenua del lenguaje, incluso anterior a la lingüística saussuriana, a partir de la cual las palabras no necesitan tener un referente para significar, dado que su valor reside en la diferencia con otros signos del mismo sistema lingüístico. En el tratamiento del lenguaje de *Homo videns*, en cambio, los rasgos de la lengua parecerían estar determinados por los objetos a los que se refiere y las palabras no serían más que instrumentos para referirse a los mismos: si se refieren a cosas visibles, las palabras son concretas; si se refieren a lo no visible, entonces son abstractas. Los conceptos, así, resultan ser también ellos «cosas», sólo que invisibles. Y, si bien Sartori afirma que "... no sólo el comunicar; sino también el pensar y el conocer que caracterizarían al hombre como animal simbólico se construyen *en* el lenguaje y *con* el lenguaje"⁵⁸, el constituirse un mundo *en* el lenguaje no lo hace menos instrumento, ya del comunicarse, ya del pensar, como sostiene en la oración que sigue a la recién citada. Se ha observado ya, también, el carácter instrumental del lenguaje, ya sea referido al pensamiento ya sea a la comunicación. De esta manera, ambos tipos de lenguaje serían igualmente «representativos»; la única diferencia entre ellos pasaría, simplemente, por el tipo de cosas que representan.

Quisiéramos, a continuación, hacer algunas observaciones a esta breve descripción del estatus epistemológico del lenguaje en *Homo videns*. En primer lugar, Sartori excluye de su consideración del lenguaje un aspecto relevante, cuya ausencia acentúa el carácter instrumental del mismo, y que atenta contra la capacidad del lenguaje de establecer un mundo simbólico para los hombres. Se trata de que, por lo arriba expuesto, el lenguaje sólo remite a lo otro de sí en la medida en que esto otro es una *cosa*, pero nunca considera la posibilidad de que se trate de una *persona*. En otras palabras, la dimensión de intersubjetividad está ausente en la concepción del lenguaje de *Homo videns*. A diferencia del lenguaje científico, el lenguaje de la vida cotidiana se orienta a un «tú»⁵⁹ y es esta orientación la que introduce algo más que cosas, y saca a las mismas de su inerte ser meras cosas para poder reconocer un plexo de significaciones, es decir, un *mundo*. Precisamente, los objetos que el

⁵⁷ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 46.

⁵⁸ Sartori, G.: 1998, p. 24.

⁵⁹ Cf. supra, capítulo 1, parte 3.

hombre produce y de los que «se acompaña» para el desarrollo de su vida cotidiana, no son meros «objetos físicos». Lo físico no es aquí lo meramente dado a la sensibilidad, sino que ello se manifiesta en un «sentido» que excede lo físico y que es lo que hace que ese objeto sea un objeto cultural, o en otras palabras, es lo que hace de él una obra. Y, lo que aporta este «excedente» a lo físico es la referencia intersubjetiva del lenguaje y de la percepción. Sin contar que es, contrariamente a lo que algunas posiciones críticas sostienen, la orientación a la intersubjetividad lo que hace del lenguaje del «mundo de la vida» un lenguaje más rico y más flexible que el lenguaje científico.

Así, pues, y en segundo lugar, la separación entre el mundo de la justicia, la democracia y el derecho del mundo de las camas, las mesas y las mujeres implica una consecuencia más seria si la relacionamos con otra de las oposiciones enumeradas al comienzo de este apartado, a saber: *doxa* u opinión por contraposición a *episteme* o ciencia. La descripción del mundo referido por el lenguaje concreto aportada por Sartori es más bien escueta. No obstante, como hemos señalado ya, en ella podemos entrever el *Lebenswelt* o «mundo de la vida». Manteniendo las oposiciones equivalentes, pues, el «mundo de la vida» sería simplemente el mundo de las imágenes, un mundo de la mera opinión, el lugar de la falta de conocimiento y, por tanto, de la no verdad. Este sería el mundo invadido y constituido por la televisión y, por esa razón, los hombres que se manejaran dentro de este mundo serían hombres incultos, carentes de lenguaje abstracto e incapaces de pensamiento conceptual. En otras palabras, el efecto de los medios audiovisuales de comunicación masiva sería tan sólo la culminación de un proceso o de un defecto propio de, o inherente a, el «mundo de la vida» o el lenguaje concreto de la comunicación cotidiana. Todavía más: de ser así, el mismo *homo sapiens* habría estado, él también, desde siempre inmerso en este mundo de imágenes ajenas al concepto, al menos en lo que hace a la comunicación habitual, sólo que su contacto con la palabra escrita le ha permitido acceder al mundo conceptual y superar el vacío del mundo sensible.

Sin embargo, cabe observar que las palabras que Sartori califica de «abstractas» no son en absoluto ajenas al «mundo de la vida». Por el contrario, se trata del lenguaje propio de la vida política, del lenguaje de la intersubjetividad más relevante de la vida cotidiana. Más aún, la política *no es episteme*, ni tampoco es posible que lo sea. Ya Aristóteles nos advierte de esto en el libro I de su *Ética a Nicómaco*, cuando establece que el joven no es un discípulo apropiado para la política, “ya que no tiene experiencia de las acciones de la vida, y la política se apoya en ellas y sobre ellas versa; (...) puesto que el fin de la política no es el conocimiento, sino la acción (*praxis*)”⁶⁰. Asimismo, en el libro VI la diferencia queda establecida de manera más clara. La parte racional del alma no es unívoca, sino que se divide en dos: “una, aquella con la cual contemplamos la clase de entes cuyos principios no pueden ser de otra manera, y otra con que contemplamos los que tienen esa posibilidad”. Sólo la primera es «científica» (*epistemonikón*), mientras que la segunda, propia de la ética y la política, es «deliberativa» o «calculativa» (*logistikón*)⁶¹. No nos detendremos aquí en profundizar esta concepción de la política, dado que la misma se desarrolla en otro apartado. No obstante, sí queremos subrayar que, si nos remitimos a la fuente de los términos utilizados por Sartori, el lenguaje político no es *epistemológico* en sentido estricto. Pero, al mismo tiempo, no por esa razón deja de ser «lógico» o, lo que es lo mismo, se transforma

⁶⁰ Aristóteles: *Ética a Nicómaco*, I 3 1095 a 5, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1985, traducción de María Araujo y Julián Marías.

⁶¹ Aristóteles: *E.N.* VI 1 1139 a 5 - 16.

en *dogmático*, a pesar de que, por otra parte, pertenece al «mundo de la vida». Es evidente, pues, que las oposiciones de *Homo videns* son insuficientes para dar cuenta tanto de los fenómenos del lenguaje y de la vida política, como de las tradiciones contenidas en los términos que elige para fundamentar su crítica.

En lo que hace a la percepción, y en tercer lugar, al margen de la crítica que podríamos hacer de la concepción del lenguaje de Sartori, las consecuencias que se siguen de esta distinción entre concreto y abstracto dentro del lenguaje mismo, radicalizan las conclusiones sartorianas expuestas hasta aquí. La suerte que manifiesta tener Sócrates al recibir de Menón múltiples ejemplos en lugar de la respuesta a la pregunta «¿Qué es la virtud?», no podría manifestarla Sartori al ver izarse una bandera, o al ver cómo dos individuos se intercambian una banda que se denomina «presidencial», o al presenciar tantos otros gestos que, por lo demás, suelen despertar respuestas a veces racionales, a veces emotivas, en la mayoría de los hombres.

¿Qué es lo que suponemos tras estos ejemplos? Concedamos, en principio, el derecho a réplica a Sartori. A nuestros ejemplos, éste podría responder que la emoción de quien ve izarse una bandera no proviene de la *percepción* del acto sino de la *comprensión* del mismo. Más aún, tal comprensión no depende del conocimiento del significado de la palabra concreta «bandera», sino de, digamos, el término abstracto «patria». No obstante, y aquí comienza nuestra respuesta, debe ser posible establecer una *conexión* entre ambas palabras y, en consecuencia, entre ambos significados -es decir, entre la palabra y la imagen-, para comprender el acto y, eventualmente, sentir emoción. Asimismo, si bien la emoción no es una respuesta intelectual sino que es producto de la «sensibilidad», no podría tener lugar sin la comprensión conceptual y sin una conexión posible entre ambas «facultades»⁶². De modo que, o bien somos incapaces de explicar estos fenómenos, o bien es necesario que la distinción entre pensamiento concreto y pensamiento abstracto pierda fuerza, así como debe perderla la separación entre el mundo de las referencias conceptuales invisibles y las referencias sensibles visibles. Si lo invisible no es traducible en imágenes, entonces tampoco las imágenes pueden «despertar» en nosotros referencia alguna a los conceptos. Pero, si así fuera, la mayor parte de nuestra vida sería ininteligible. Esto, de hecho, no es así, a pesar del énfasis con que Sartori opone imagen y concepto. Por lo demás, entre las múltiples referencias platónicas que podemos encontrar sobre el tema, recordemos que el camino hacia la contemplación de la verdadera belleza, tal como lo describe Diotima en su discurso de *Banquete*, comienza por “(...) buscar [en la juventud] los cuerpos bellos” y continúa por “(...) mostrarse amante de todos los cuerpos bellos” antes de preferir la belleza del alma a la del cuerpo”⁶³. Este camino no es directamente negado por Sartori, sino obstaculizado por la televisión: “(...) la televisión invierte la evolución de lo sensible en inteligible y lo convierte en el *ictu oculi*, en un regreso al puro y simple acto de ver”⁶⁴. Pero, el acto de ver no es el acto del establecimiento de la verdad.

2.1.3. Verdadero y falso; real e irreal: imágenes y realidad

Cabría preguntarse, por último, si en este mundo de la comunicación cotidiana,

⁶² Eso, precisamente, es el símbolo: la encarnación de lo espiritual en lo sensible. Al problema de la sensibilidad nos referiremos más adelante.

⁶³ Platón: *Banquete*, Traducción de Francisco Larroyo, México, Porrúa, 1991.

⁶⁴ Sartori, G.: 1998, p. 47.

marcado por el lenguaje concreto y por la sensibilidad, en el que no es posible el conocimiento en sentido estricto sino que se limita a la mera representación de las cosas, hay verdad. En principio, y como hemos observado ya, en la medida en que se trata del mundo de la *doxa*, no podría residir en él la verdad. Pero veamos esto con más detenimiento.

En *Homo videns*, verdad se opone tanto a ficción como a falsedad, no ya en relación con el lenguaje concreto, sino respecto de las imágenes televisivas. De hecho, el problema del lenguaje concreto no vuelve a ser tocado en el libro, aunque volveremos a él cuando nos refiramos al problema del conocimiento social y la opinión pública. En principio, entonces, la imagen televisiva no es el lugar de la verdad, no es el lugar de la ciencia, sino de la *doxa* u opinión. Y esto es así por varias razones. En primer lugar, las imágenes transmitidas por la televisión comparten el carácter de conocimiento no fundado de la opinión: "Con la televisión, la autoridad es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen (...) Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y, por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve. Lo que se ve parece «real», lo que implica que parece verdadero"⁶⁵. En otras palabras, el fundamento de la imagen es la imagen misma; "la fuerza de la imagen está en la propia imagen"⁶⁶, como sostiene un poco más adelante. La certeza de la imagen, pues, no sería otra que la certeza misma de la percepción. El «mostrar», en consecuencia, es la prueba incontestable que la televisión ofrecería a sus adeptos, quienes, con un espíritu «pre-cartesiano» -y recordemos aquí que Sartori dice sostener ideales ilustrados que, en este punto, son por lo menos modernos-, aceptarían de manera acrítica las pseudo-pruebas de verdad que ofrece la pantalla a sus sentidos. En este respecto, la imagen no sería tanto ficción ni falsedad como falta de fundamento o certeza. Pero esto no es todo.

En segundo lugar, esta falta de certeza implica, en última instancia, un problema ontológico. El televidente confundiría la certeza de la percepción, esto es una certeza subjetiva, con la verdad de lo que «ve», es decir la verdad «objetiva». La imagen, pues, apela a la sensibilidad del sujeto y éste queda, por así decirlo, atrapado en la remisión de la imagen a su sensibilidad. Y este quedar atrapado en la sensibilidad, por otra parte, obstaculiza los caminos de acceso a lo invisible y conceptual. Lo más grave, según Sartori, parecería ser que como consecuencia de estas remisiones cerradas, el hombre incapaz de pensamiento conceptual toma este mundo incierto transmitido por las imágenes como el «mundo real», es decir, toma el mundo de sus propias sensaciones por el mundo real: "En suma, lo visible nos aprisiona en lo visible. Para el hombre que puede ver (y ya está), lo que no ve no existe"⁶⁷. Estas últimas palabras de Sartori nos dicen que lo que el televidente toma por lo real, cuando puede ir más allá de su propia sensibilidad, no es la «verdadera realidad». ¿Se tratará, entonces, de una realidad falsa? ¿O será una ficción? Además, dado que el mundo de imágenes es un mundo sin verdad, ¿se seguirá de aquí que en el mundo conceptual no hay falsedad?

En principio, la imagen acercada por la pantalla del televisor no es ficticia en términos absolutos, dado que es representación de la realidad verdadera. En este sentido, la televisión tiene una ventaja sobre Internet y otros soportes de «realidades virtuales»: "La televisión nos muestra imágenes de cosas reales, es fotografía y cinematografía de lo que existe. Por el contrario, el ordenador cibernético (...) nos enseña imágenes *imaginarias*"⁶⁸. A

⁶⁵ Sartori, G.: 1998, p. 72.

⁶⁶ Sartori, G.: 1998, p. 84.

⁶⁷ Sartori, G.: 1998, p.84. En el mismo sentido, unas páginas más adelante observa: "*Non vidi, ergo non est*", Sartori, G.: 1998, p. 90.

⁶⁸ Sartori, G.: 1998, pp. 32-3. La cita continúa: "La llamada realidad virtual es una irrealidad que se ha creado

pesar de su carácter de mera representación, entonces, la imagen televisiva refiere, al menos, a cosas reales. No obstante, Sartori halla que esta referencia no es verdadera o, mejor dicho, «transparente», «fiel». Por un lado, la representación de la imagen televisiva está signada por lo que podríamos llamar la «compulsión del mostrar»⁶⁹. Esta compulsión acerca, en más de una ocasión, la imagen a la ficción. Y, si a esto se agrega que el referente de la imagen de la pantalla suele ser algún acontecimiento trivial del mundo cotidiano o, en el mejor de los casos, un acontecimiento no trivial pero meramente «visible», sólo una interpelación a nuestra sensibilidad, entonces la combinación entre el mostrar y lo mostrado resulta en la falsedad. En este caso, lo real adopta la forma de una pseudo-realidad: “La obligación de «mostrar» genera el deseo o la exigencia de «mostrarse». Esto produce el *pseudo-acontecimiento* (...) un evento prefabricado para la televisión y por la televisión. A veces esta fabricación está justificada, pero aun así, no deja de ser algo «falso» expuesto a serios abusos y fácilmente queda como verdadera información”⁷⁰. La relevancia de estos «pseudo-acontecimientos» se examinará más detalladamente cuando discutamos el ámbito relativo a la adquisición y producción social del conocimiento. Por el momento, la referencia nos interesa por dos razones: por un lado, porque establece la imagen como el lugar de una forma de la falsedad; por el otro, porque implica una distinción ontológica entre cosas reales y otras pseudo-cosas, representadas por las imágenes. Sartori ofrece una definición de esta falsedad, en los siguientes términos: “En general, y genéricamente, la visión en la pantalla es siempre un poco falsa, en el sentido de que *descontextualiza*, pues se basa en primeros planos fuera de contexto”⁷¹. Suponemos que el contexto al que se refiere aquí es el del mundo real, el de la experiencia real y directa de los sujetos, a pesar de que se trate de experiencias sensibles del mundo cotidiano y, en consecuencia, igualmente sospechosas y concretas.

Por su parte, esto último apunta a otro problema que queda sin resolver en las páginas de *Homo videns* y que consiste en sí, correlativamente, la experiencia «directa», no mediada por la imagen, nos permitiría conocer con verdad las cosas reales mientras que la representación de estas cosas falsas es, a su vez, un conocimiento falso. En principio, Sartori afirmaría que sí, dado que “(...) cada uno de nosotros sólo comprende de verdad las cosas sobre las que tiene una experiencia directa, una experiencia personal”⁷². Sin embargo, la problematicidad de la experiencia no se limita a diferenciar la pseudo-experiencia de la pseudo-realidad, por un lado, de la experiencia genuina de la realidad genuina, por el otro. El problema se deriva de que el lenguaje que refiere a estos acontecimientos empíricos -visibles- es, si somos coherentes con lo expuesto hasta aquí, lenguaje concreto, esto es, mera representación carente de inteligibilidad. Si así fuera, la televisión implicaría una suerte de «duplicación» de las carencias propias de la experiencia: la falsedad de la imagen televisada se sumaría al carácter de suyo ininteligible del lenguaje concreto, reforzando el aleja-

con la imagen y que es realidad sólo en la pantalla. Lo virtual, las simulaciones, amplían desmesuradamente las posibilidades de lo real; pero no son realidades.” Habría que ver en qué consiste efectivamente esta ampliación de las posibilidades de lo real, si la imagen es incapaz de significación, esto es, si queda excluida de la simbolización.

⁶⁹ “El principio establecido de que la televisión siempre tiene que «mostrar», convierte en un imperativo el hecho de tener siempre imágenes de todo lo que se habla, lo cual se traduce en una inflación de imágenes vulgares, es decir, de acontecimientos tan insignificantes como ridículamente exagerados”, Sartori, G.: 1998, p. 82.

⁷⁰ Sartori, G.: 1998, p. 83.

⁷¹ Sartori, G.: 1998, p. 100.

⁷² Sartori, G.: 1998, p. 135.

miento del concepto propio del mundo cotidiano. Aunque, por lo menos, esta pseudo-realidad televisada no sería tan «irreal» como la de los «visibles», entidades virtuales introducidas por las posibilidades cibernéticas que, por lo que sostiene Sartori, ni siquiera remiten a ningún «hecho» del mudo mundo de la experiencia⁷³.

Esta forma de concebir el problema de la realidad en relación con su representación por los medios de comunicación masiva, pone de manifiesto que, para Sartori, la realidad es concebida simplemente como «lo dado», lo que es independientemente de la acción de los hombres y que sólo adquiere un sentido en los conceptos. Si recordamos lo que dijimos más arriba sobre la política al referirnos a Aristóteles, entonces la realidad no es concebida por Sartori como *praxis*, esto es, como la actividad de los hombres y el producto de esta actividad. Tampoco la percepción de la realidad es una *actividad* del hombre, una de las formas en las que la realidad se constituye, sino simplemente la «recepción» de lo que es. De otra manera, no se entendería por qué el evento constituido para la televisión debe ser un *pseudo*-acontecimiento, y la realidad que transmite el aparato, falsa. Esto último supone que el ojo «desnudo» no *constituye* lo que percibe y, por tanto, permite al sujeto acceder a los acontecimientos reales tal como son. Es verdad, no obstante, que a propósito de su comparación entre la televisión e Internet, Sartori diferencia un «ver pasivamente» de un «ver activamente», respectivos a cada medio. Y, en lo que hace a estas dos modalidades del ver, pronostica que la primera es la que predominará por ser «más cómoda», mientras que la segunda, si bien preferible a la primera, no sólo expone al sujeto al riesgo de «perder el sentido de la realidad», sino que «las posibilidades de Internet [son] y serán positivas cuando el usuario utilice el instrumento para adquirir información y conocimientos, es decir, cuando se mueva por genuinos intereses intelectuales, por el deseo de saber y entender»⁷⁴, lo cual, agrega inmediatamente, no es el caso del común de los usuarios. Esto último, entonces, borrona los límites entre la actividad y la pasividad del ver: en última instancia, la actividad es propia sólo de la capacidad intelectual, pero no del «ver» ni del «buscar». En otras palabras, la actividad nunca es atribuida a la capacidad de percepción del sujeto, ni tan siquiera a su inquietud o su deseo de «ver».

Si nuestras últimas apreciaciones fueran correctas, entonces, a pesar de las declaraciones de Sartori, en este respecto su posición no sólo no sería «ilustrada» sino incluso prekantiana, ya que lo real no es lo constituido ni por la acción libre de los hombres, ni tan siquiera por la actividad de sus facultades de conocimiento. Esto, por su parte, sería coherente con la chatura «unidimensional» de la imagen a la que aludimos un poco más arriba. También explicaría por qué Sartori limita lo simbólico al lenguaje, y por qué excluye el mundo de las cosas cotidianas del mundo abstracto y significativo: ese mundo es lo que hay, lo que está dado y, en la medida en que no es producto de la actividad humana, ya que la actividad propiamente humana es la simbolización, entonces en esa misma medida no es simbólico ni simbolizable.

No obstante, en este punto, nos vemos ante la aparición de una nueva dificultad. Porque, a pesar de que las imágenes no son capaces de conformar un mundo por no ser significativas, en estos últimos párrafos hemos visto que Sartori sostiene que la imagen puede «decir» falsedades, esto es, que puede mentir. De hecho, en su libro afirma de manera ex-

⁷³ «El ordenador (...) no sólo unifica la palabra, el sonido y las imágenes, sino que además introduce en los «visibles» realidades simuladas, realidades virtuales» (Sartori, G.: 1998, p. 32). Contrástese esta afirmación con otra del propio Sartori con la que aparece una manifiesta contradicción: «Sin duda, Internet nos puede ayudar a salir del aislamiento del *mundus sensibilis* (...)» (p. 55).

⁷⁴ Sartori, G.: 1998, p. 58 y 57, respectivamente.

plícita que «la imagen miente». La cita reproducida más arriba en la que se explica el concepto de falsedad de la imagen televisiva, es, en efecto, una respuesta a la idea de que la imagen no miente⁷⁵. Sin embargo, si la imagen es totalmente incapaz de inteligibilidad, es tan imposible que diga la verdad como que mienta. Esta es una observación que, en su afán por satanizar la imagen, Sartori pasa por alto: tanto para transmitir la verdad como para tergiversarla, es necesario poder significarla. Pero esto, de acuerdo con sus supuestos, escaparía a las posibilidades de la imagen.

Ahora bien, si tomamos al pie de la letra la convicción de Sartori de que la imagen miente, entonces deberíamos matizar la tesis de que es ininteligible, tesis que ya ha aparecido en nuestro desarrollo como insostenible en términos absolutos. En consecuencia, entenderemos la crítica sartoriana como dirigida no a la ininteligibilidad de la imagen sino a su carácter falseador de la realidad, ya sea debido a la limitación propia del lenguaje concreto, ya sea debido a la «duplicación» de esta última en virtud de la descontextualización llevada a cabo por la televisión. Este último, por su parte, nos remite a la discusión sobre el carácter ideológico del «mundo de la vida» desarrollada en el marco de nuestra investigación anterior⁷⁶. En este sentido, la posición de Sartori no es, desde ya, cercana a la de Gadamer sino a la de Habermas. Sin embargo, *Homo videns* es más radical todavía que la posición de este último, dado que el lenguaje concreto y la sensibilidad a la que se limita, por definición, son impermeables a la actitud crítica de la reflexión.

Si tuviéramos, para terminar con el tratamiento de este ámbito, que definir qué es para Sartori el conocimiento y la verdad, subrayaríamos los siguientes puntos: en primer lugar, que la tesis de la ininteligibilidad de la imagen no es sostenible en términos absolutos, dado que existe la posibilidad de que la misma mienta; en segundo lugar, que la tesis de que la imagen miente tampoco es sostenible en términos absolutos, si es que, como aparentemente hace Sartori, se reduce la imagen al lenguaje concreto propio del «mundo de la vida»; en tercer lugar, que hay en el texto un uso equívoco de conceptos tales como imagen, sensibilidad, inteligibilidad, verdad; tampoco es claro, en cuarto lugar, el concepto de realidad y cuál es el lugar del arte -en especial, de las artes visuales- respecto de la capacidad abstracta del hombre; en consecuencia, y finalmente, los supuestos epistemológicos referidos a la concepción del conocimiento y de la verdad desde los que Sartori hace su análisis de la televisión son débiles.

Pasemos ahora a nuestro segundo ámbito de interés, a saber, la adquisición y producción individual del conocimiento, con el objeto de proseguir el análisis de los argumentos.

2.2. Adquisición y construcción individual del conocimiento

Recordemos la tesis que, en nuestra introducción, propusimos como más representativa de este ámbito: como consecuencia de los efectos de la generalización de la imagen como transmisora de cultura, los niños cuya educación consiste en la adquisición del conocimiento así transmitido, padecen de un empobrecimiento correlativo de su capacidad de conceptualización o de abstracción -y, en consecuencia, de su capacidad crítica. Como ve-

⁷⁵ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 99.

⁷⁶ Cf. Etchegaray, R., et. alia: *Ideología y medios de comunicación*, caps. 3. C y 6, informe para el Programa de Incentivos a la Investigación en Universidades Nacionales, proyecto radicado en el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de La Matanza, San Justo, 1999.

mos, el objeto central de preocupación en este ámbito es el niño, cuya educación está, sostiene Sartori, dominada por la imagen como forma de transmisión del conocimiento. Dicho en otras palabras, la preocupación de Sartori reside en que los niños, en lugar de educarse leyendo -lo que posibilitaría el desarrollo de su capacidad intelectual y conceptual-, miran la televisión -lo que atrofia tal capacidad. El sujeto así educado sería lo que da en llamar el *video-niño*. De esta capacidad antropogenética de la televisión se ocupa el desarrollo de los supuestos antropológicos de *Homo videns*. En este apartado, sólo remitiremos brevemente a algunos supuestos relativos a las facultades cognitivas y a las formas del conocimiento sobre los que descansa esta preocupación sartoriana.

Si retomamos la enumeración de oposiciones rastreadas más arriba, entender, pensar en general, y, más específicamente, pensar de manera abstracta y analítica, son todas posibilidades ajenas al *video-niño*. Esta incapacidad es consecuencia directa, argumenta Sartori, de que la adquisición del «conocimiento» de estos niños es vehiculizada por la imagen. Así, los niños adquieren conocimiento sólo entre comillas, porque la imagen es incapaz de transmitir ningún conocimiento conceptual; únicamente remite a las cosas sensibles, y «encierra» a los individuos en la esfera de la sensibilidad, sin salida. Esta reducción a la sensibilidad implica, en síntesis, para los niños, que el camino hacia la crítica y al desarrollo de la racionalidad está bloqueado⁷⁷. Ahora bien, esta reducción del conocimiento a la sensibilidad a la que son expuestos los niños, exige analizar la concepción sartoriana de la sensibilidad y la percepción, como haremos a continuación.

2.2.1. El *homo videns* como sujeto de conocimiento: el estatuto epistemológico de la percepción

Los peligros de la *paideia* televisiva, cuya exposición en el párrafo anterior ha sido tan simple como el desarrollo que Sartori hace de ella, pone de manifiesto con mucha claridad algunos supuestos relativos al pensamiento y las facultades del sujeto. En primer lugar, está a la vista que tanto el uno como la otra son concebidos de manera *subjetiva*. Esto es, la racionalidad es siempre la racionalidad *de un sujeto* capaz de pensamiento abstracto, mientras que el pensamiento es, también, siempre la actividad *de un sujeto* capaz de abstraer y conceptualizar, es decir, de remitir en su discurso a «cosas invisibles». Del mismo modo, la percepción y la sensibilidad, también son facultades de un sujeto que capta imágenes o cosas visibles. De ahí que el «mundo» de las «cosas» cotidianas y el lenguaje que refiere a él carezca de sentido propio: el único sentido posible es producto de la racionalidad de los sujetos, y la misma no se ocupa de él, sino del mundo -ahora sí, en sentido propio-, de los conceptos. En la medida en que la racionalidad se mantenga viva, poniendo orden entre los conceptos, entonces la vida cotidiana es significada mediante los conceptos y la falta de significación propia de aquélla no representa ningún peligro para la capacidad razonadora del *homo sapiens*. En cambio, si las formas culturales mismas repliegan al individuo en las imágenes y las cosas sensibles, entonces la razón, cuyo campo de dominio no es ése, pierde

⁷⁷ En una sorprendente concesión a Internet, Sartori admite que la misma podría contribuir a desbloquear la atrofia conceptual de los *video-niños*. Sin embargo, «el obstáculo, durante este largo camino, es que el niño de tres o cuatro años se inicia con la televisión. Por tanto, cuando llega a Internet su interés cognoscitivo no está sensibilizado para la abstracción. Y ya que sin capacidad de abstracción no se alcanza el *mundus intelligibilis*, es muy probable que el saber almacenado en la red permanezca inutilizado durante un largo tiempo. (...) Sin duda, Internet nos puede ayudar a salir del aislamiento del *mundus sensibilis*, pero ¿cuántos lograrán esto?» (Sartori, G.: 1998, p. 55).

oportunidad de ejercicio, se empobrece, se atrofia.

Hallamos aquí, pues, un «retroceso» -o, por lo menos, una ambigüedad- de Sartori respecto del pensamiento de la Ilustración que dice sostener: la pura subjetividad e instrumentalidad de la razón hace irreconocible una racionalidad en la sociedad; más aún, hace inconcebible la historia y la realidad social como productos de la libertad humana. Por un lado, la exigencia sartoriana de la crítica -y hasta de la crítica subjetiva- es heredera de la tradición ilustrada. A su vez, la definición del hombre según una «naturaleza» es claramente coherente con lo que en otra parte se ha calificado como “concepción naturalista” del hombre, esto es, la taxonomía *homo sapiens*, *homo ludens*, *homo loquax*, *homo videns*, *homo insipiens*. Sin embargo, la Ilustración, aun la que inspiraba a los revolucionarios franceses de 1789, concedía una relevancia indiscutible al hombre, su libertad y su actividad, en la producción de la historia y de la realidad social. El ejemplo más claro de esta concepción «subjetivista» y «activa» de la historia y de la razón se encuentra en las críticas de los detractores de la Revolución, como Joseph de Maistre⁷⁸. Para Sartori, en cambio, ni la percepción es actividad, ni la imagen es producto de la actividad cultural de los hombres -al menos no lo es claramente-, ni la realidad es producto de la praxis humana, ni la razón y la libertad subjetivas son «plasmables» en la realidad más inmediata, aun cuando la capacidad de razonar no sufra los estragos que en ella produce la televisión. Estas capacidades sólo se cultivan en y por el *mundus intelligibilis*, en lo que parecería resultar una actividad teórica «desinteresada», la misma que Habermas acusa de «ideológica», como expusimos en nuestra anterior investigación.

Pero más centralmente aún en lo que hace al problema epistemológico, encontramos en este ámbito el problema del estatuto de la percepción. En primer lugar, observaremos el uso ambiguo del término «sensibilidad». Por un lado, Sartori se refiere a lo sensible como aquello perceptible por nuestros sentidos, esto es, las cosas visibles referidas por el lenguaje concreto y a la sensibilidad como nuestra capacidad de percibir tales cosas. En este sentido, sensibilidad es la facultad de percepción. Asimismo, la forma de conocimiento que le corresponde a la sensibilidad es la imagen, no el concepto. Sin embargo, el término sensibilidad es usado también como sinónimo de emotividad, aquello a lo que apela la imagen en nosotros cuando, transmitida por el televisor, se infiltra en nuestras facultades y va erosionando la capacidad de pensar del hombre. En este otro sentido, sensibilidad es sinónimo de emotividad. La que sigue es una de las oportunidades en las que aparece este uso en *Homo videns*: “Ya he dicho en otras ocasiones que los problemas no son «visibles». Lo que podemos ver en la televisión es lo que «mueve» los sentimientos y las emociones: asesinatos, violencia, disparos, arrestos, protestas, lamentos; y en otro orden de cosas: terremotos, incendios, aluviones e incidentes varios”⁷⁹. En otras palabras, las imágenes sensibles captadas por nuestra capacidad perceptiva, apela no a los conceptos de nuestro entendimiento sino a los sentimientos y las emociones, esto es, a nuestra «sensibilidad» o emotividad. Y, como señalamos y criticamos más arriba, para Sartori no es posible establecer una conexión cognitiva entre esta última y el pensamiento conceptual.

Por otra parte, este uso ambiguo del concepto de sensibilidad, oscurece en algunas oportunidades el rango epistemológico de la percepción. En el desarrollo del ámbito anterior, hicimos una breve referencia al mismo cuando tratamos sobre la concepción de la realidad presente en *Homo videns*. En ese momento, señalamos que el correlato de la realidad

⁷⁸ Cf. de Maistre, J.: *Consideraciones sobre Francia*, Madrid, Tecnos, 1990, traducción de Joaquín Poch Elío.

⁷⁹ Sartori, G.: 1998, p.84.

entendida como lo dado a la percepción, es la percepción entendida como una recepción pasiva y no una actividad constitutiva del sujeto de conocimiento. Allí, también calificamos esta posición de pre-kantiana, a pesar de las pretensiones ilustradas de Sartori. En realidad, la caracterización de la percepción en *Homo videns* es bastante imprecisa. Mientras que por momentos denuncia categóricamente la chatura y la pasividad del ver -y, en particular, del "tele-ver"-, en otros momentos concede la posibilidad de un ver activo. No obstante, aun cuando esta última posibilidad sea considerada, la actividad de este ver no radica en la estructura de la percepción misma, sino en el encuadre o en la subsunción de la percepción en la actividad conceptual. Este último es el caso de la equívoca referencia a Kant -por lo demás, uno de los pocos lugares en los que se intenta definir mínimamente qué se entiende por concepto-: "La idea, escribía Kant, es «un concepto necesario de la razón al cual no puede ser dado en los sentidos ningún objeto adecuado». Por tanto, lo que nosotros vemos o percibimos concretamente no produce «idéas», pero se insiere en ideas (o conceptos) que lo encuadran y lo «significan»"⁸⁰. Decimos que se trata de una referencia equívoca a Kant, dado que según la aclaración que hace Sartori a la cita, ideas y conceptos son ambos nombres equivalentes del marco en el cual se insertan las percepciones. Pero bien sabemos que ideas y conceptos no son términos sinónimos en la teoría del conocimiento kantiana. Por otra parte, si se refiere al carácter sistemático del conocimiento en virtud de la función regulativa de las ideas, esto no excluye en Kant el hecho de que la percepción misma es una actividad constitutiva del sujeto. En cambio, en Sartori, parecería que la actividad y la significación, no son propias de la percepción sino de los conceptos que la encuadran. Esto se refuerza con la nota que agrega a esta apelación a la gnoseología kantiana: "(...) sobre esta premisa ha sido elaborada sucesivamente la «psicología de la forma» (*Gestalt*) de la cual hemos aprendido -experimentalmente- que nuestras percepciones no son nunca reflejos o calcos inmediatos de lo que observamos, sino reconstrucciones mentales «enmarcadas» de lo observado. Y éste es el proceso que se atrofia cuando el *homo sapiens* es suplantado por el *homo videns*"⁸¹. No estableceremos aquí una disputa psicológica con Sartori, aunque señalaremos que, de todos modos, las leyes gestálticas son leyes de la percepción; no de la *conceptualización* de la percepción y esta referencia a la misma es, en principio, contradictoria con su propia afirmación de que la percepción por sí sola es ininteligible.

En términos filosóficos, por otra parte, la Ilustración de la cual Sartori se considera defensor, también estableció el carácter de actividad de la percepción, en términos bien distintos de las imprecisas concesiones de *Homo videns*. En efecto, Cassirer señala que el problema gnoseológico central de la Ilustración consiste en explicar el conocimiento en sí mismo de acuerdo con sus propias condiciones evitando el recurso a un supramundo: "El problema debe ser puesto sobre el terreno de la experiencia y resuelto en él, pues cualquier paso más allá significaría una solución aparente, una explicación de lo desconocido por algo más desconocido todavía"⁸². Las respuestas dadas a este problema son múltiples, y algunas de ellas han sabido sobrevivir mejor que otras. Lo cierto, de todos modos, es que cualquiera de los filósofos ilustrados no dudaría en sostener con Leibniz que "[la] representación no debe ser entendida como mero reflejo de un ser existente exteriormente, sino pensada como una pura energía activa"⁸³, y esta última no es otra que la actividad del yo o

⁸⁰ Sartori, G.: 1998, pp. 47-8.

⁸¹ Sartori, G.: 1998, p. 48.

⁸² Cassirer, E.: *Filosofía de la Ilustración*, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1993, p. 117.

⁸³ Cassirer, E.: 1993, p. 143.

de la conciencia entendida como unidad de sus múltiples facultades. De acuerdo con la descripción de Cassirer, cualquier énfasis en los objetos diferentes de la conciencia para explicar el fenómeno de la percepción y del conocimiento -ideas innatas, verdades eternas, naturaleza de las cosas-, atenta contra la autonomía del sujeto y es, por tanto, una vía repudiable. Desde esta perspectiva, lo que hace Sartori es, precisamente, lo que la Ilustración repudia: aquél subordina la actividad intelectual *unitaria* de la conciencia a una actividad superior, a saber, el efecto antropogenético de la televisión. En consecuencia, si el *homo videns* no es autónomo, no es porque su educación en la imagen atrofia su capacidad conceptual; lo es porque Sartori le niega la autonomía desde sus supuestos epistemológicos, aun para el *homo sapiens*. Y la niega porque al definir tanto la percepción como el pensamiento -esto es, al definir la vida activa de la conciencia-, pone el énfasis no en el sujeto como síntesis activa de experiencias, sino en el objeto de percepción y conocimiento. Más aún, en este sentido tampoco sería autónomo el *homo sapiens*, dado que el énfasis en este caso tampoco está puesto en él como activo configurador del mundo de los conceptos sino en los conceptos mismos como objetos de un *mundus intelligibilis* a ser captado por el sujeto. Y, en esto, su alejamiento de la Ilustración es evidente.

Asimismo, Cassirer propone una fenomenología de la percepción en la que encuentra una doble dirección del yo en la percepción: una hacia el "ello", esto es, hacia las cosas, y otra hacia el "tú" en tanto que *alter ego*. Es así que en la percepción el yo configura dos mundos: el de las cosas y el de las personas, el de la intersubjetividad. De esta manera la percepción prefigura el mundo intersubjetivo que no es otro que el universo espiritual o cultural. Por ello, los objetos que pueblan el mundo de la cultura -que son todos los objetos entre los que viven los hombres- no pueden ser reducidos a la mera fisicalidad de cosas dadas a la sensibilidad, sino que estos objetos manifiestan por sí mismos un sentido⁸⁴.

Finalmente, también desde la perspectiva fenomenológica, encontramos en M. Merleau-Ponty una caracterización de la percepción que contradice los postulados más firmes de Sartori. Esto es comprensible desde el momento en que el filósofo francés cuestiona la posibilidad de una reflexión total de la conciencia. No obstante, apelamos a él porque en su posición también es verdad que la percepción no es reflexiva ni crítica o analítica. Merleau-Ponty la define como anónima y parcial. Sin embargo, no se sigue de aquí que la reflexión deba darse *en contra* de la percepción, sino que, por el contrario, la reflexión es posible sólo porque el cuerpo tiene ya sedimentado este saber sensible del mundo. Percibir no es pensar, pero tampoco es un pasivo recibir impresiones: "*Quien percibe no está desplegado ante sí mismo como debe estarlo una conciencia, posee una espesura histórica, reanuda una tradición perceptiva y está confrontado a un presente. En la percepción no pensamos el objeto ni pensamos el pensante, somos del objeto y nos confundimos con este cuerpo que sabe del mundo más que nosotros, así como de los motivos y los medios que para hacer su síntesis poseemos*"⁸⁵. Y el cuerpo "sabe del mundo" no porque es un objeto más entre los objetos, sino porque *vive* en él, es activo en la configuración del mundo. Este vivir no es, como dijimos, un pensar; pero el pensar o la reflexión "(...) no capta, pues, su sentido pleno más que si menciona el fondo irreflejo que presupone, fondo del que se beneficia, fondo que constituye para ella como un pasado original (...)"⁸⁶. Y este "fondo" no es otro que el saber del cuerpo recogido en la percepción.

⁸⁴ Cf. supra, capítulo 1, parte 3.

⁸⁵ Merleau-Ponty, M.: *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1985, p. 253.

⁸⁶ Merleau-Ponty, M.: 1985, p. 257.

Para Sartori, en síntesis, este niño que ha crecido en un mundo signado por la imagen, cuya racionalidad subjetiva ha quedado atrofiada por la *paideia* televisiva, se transforma en un adulto incapaz de reflexión y de crítica. En consecuencia, es un individuo heterónimo, al menos en lo que hace a la formación de sus opiniones. Hasta podríamos decir que es un adulto que sigue siendo un «menor de edad», por remitirnos a la expresión kantiana. Al igual que los niños, este es un sujeto «incapaz de una reflexión abstracta y analítica, cada vez balbucea más ante la demostración lógica y la deducción racional, pero a la vez fortalecido en el sentido del ver (el hombre ocular) y en el fantasear (mundos virtuales)»⁸⁷. Su ingenuidad y su credulidad, continúa Sartori, son peores aún que las del hombre medieval. Las mismas, por otra parte, se derivan del hecho de quedar atrapado en el mundo sensible; la credulidad en la realidad de lo sensible por lo sensible mismo sería, para Sartori, más ingenua y menos racional que la credulidad de la fe. El video-sujeto es tan incapaz de pensamiento autónomo como de trascendencia. Asimismo, tanto la realidad del niño como la del adulto son, según lo desarrollamos en el apartado anterior, pseudo-realidades, cuando no simples ficciones, «imaginaciones imaginarias». Esto implica al mismo tiempo, para el sujeto, la incapacidad de diferenciar lo real de lo irreal, lo verdadero de lo falso, lo existente de lo imaginario. En efecto, Sartori afirma: «Al perder la capacidad de abstracción perdemos también la capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso»⁸⁸. De esta manera, niños y adultos crecen y viven en una realidad imaginaria entre «pseudo-acontecimientos» y «visibles» que excluyen del universo de los mismos a los conceptos y las abstracciones. El aprender sólo parece ser posible en los conceptos y por los conceptos. Por ello, correlativamente, el pensamiento de estos niños y hombres no lo es en sentido estricto sino que se reduce al fantasear o imaginar.

Las consecuencias más graves que Sartori infiere de esta forma de adquirir -o, mejor, de *no* adquirir- conocimiento en la niñez, se manifiestan sin dudas en la vida política de los hombres, una vez alcanzada la edad adulta. En efecto, advierte que «(...) el mundo construido en imágenes resulta desastroso para la *paideia* de un animal racional y (...) la televisión produce un efecto regresivo en la democracia, debilitando su soporte, y, por tanto, la opinión pública»⁸⁹. Estas consecuencias son las que examinaremos a continuación, en el desarrollo del tercer ámbito de los supuestos epistemológicos de *Homo videns*.

Excursus: Imagen y procesos cognitivos

Alejandro Piscitelli partiendo de la consideración de la filosofía como forma superior de argumentación se pregunta: «¿Por qué las imágenes no introducirían problematizaciones filosóficas, tan contundentes o más aún que las de la propia escritura?». Y sostiene junto con Cabrera que el cine presenta un lenguaje más apropiado para expresar las intuiciones de Schopenhauer, Nietzsche, Kierkegaard o Heidegger que lo que ha logrado hacer la tradición escritural. Y agrega «Lo que directores como Oliver Stone y Michelangelo Antonioni, Luis Buñuel y Carlos Saura, Federico Fellini y Kieslowski comparten es haber problematizado la racionalidad puramente lógica, con la que el filósofo se ha enfrentado habitualmente al mundo, para hacer intervenir también en el proceso de comprensión de la

⁸⁷ Sartori, G.: 1998, p. 136.

⁸⁸ Sartori, G.: 1998, p. 102. También, p. 58: «Y si toman esta navegación demasiado en serio, los cibernautas «comunes» corren el riesgo de perder el sentido de la realidad, es decir, los límites entre lo verdadero y lo falso, entre lo existente y lo imaginario.»

⁸⁹ Sartori, G.: 1998, p. 146.

realidad un elemento afectivo (o pático). (...) La experiencia (de ver un film) no es tan sólo una experiencia estética, sino una dimensión comprensiva del mundo." En una película "hay una idea o concepto a ser transmitido por la imagen en movimiento. (...) Un film entero en general es un concepto-imagen compuesto de otros conceptos-imágenes menores".

El cine y su filosofía de la imagen interesan en términos de "la evolución de la racionalidad" ya que denuncian "los límites emocionales de la argumentación y la racionalidad tradicionales o al revés enuncian la forma en que la emoción complementa esa racionalidad y permite entender en forma multidimensional aspectos que en las narrativas apáticas permanecen por fuerza desatendidos". Para Piscitelli, la imagen altera nuestra forma de entender qué es entender y se apropia de nuevas gramáticas narrativas que rompen con nuestra forma tradicional de producir el sentido de modo lineal y según rutinas de inteligibilidad fijadas por la escritura tradicional. De lo que se trata, es de dar cuenta de un desplazamiento de la posición de centralidad del libro como objeto, el orden libro (Chartier), que fue capaz de generar durante varios siglos un campo cognitivo, cultural y político (Hesse, 1998). "Lo que queda de ese orden es el proceso de lectura, que busca emanciparse del formato libresco canónico apuntando a la construcción de una verdadera politextualidad (...) una meta-lectura (Bazin)"⁹⁰.

Al abordar la relación entre narrativa e imagen, Marcela Pereira afirma que "el procesamiento psíquico que parece ponerse en juego en los video-juegos y los dibujos televisivos funcionarían más a predominancia del proceso primario" (S. Freud), cuyo modo de funcionamiento corresponde a una lógica de simultaneidad, fragmentación, condensación y desplazamiento y que en ocasiones se presenta dificultando las elaboraciones del proceso secundario que posibilita la simbolización por medio de la palabra. Sin embargo, dice Pereira, "algunos niños logran construir en aquella simultaneidad y fragmentación, alguna historia, (...) historias que se narran, palabras que se despliegan en una temporalidad. Requisitos éstos que garantizan (o posibilitan) el despliegue de la producción simbólica"⁹¹.

Partiendo de la premisa (en la que subyacen supuestos vigotskianos) de que los cambios en cualquiera de los elementos constitutivos de los sistemas de actividad/sistemas de mediación culturales suponen cambios en los sistemas funcionales constitutivos de la psique humana, Amelia Álvarez, afirma que "el uso del sistema escritura implicó la reestructuración de los sistemas funcionales del psiquismo humano: funciones como la memoria, la atención, la percepción, pasan a modularse de manera cualitativamente distinta en las sociedades e individuos que hacen uso de estos sistemas (Tulviste: 91). (...) Por ejemplo, las conexiones neurales utilizadas para procesar y almacenar en la memoria datos de fuentes orales (sociedades ágrafas), se reestructuran para atender a las nuevas exigencias simbólicas. (...) Los orígenes de los sistemas simbólicos nunca son unilíneales (Olson: 95), ni histórica ni culturalmente, y han estado acompañados siempre de largos y lentos procesos de reestructuración, apropiación, evolución, tanto en la cultura como en el individuo.

Acerca de los efectos de la televisión en el contexto social y en lo psicológico, Amelia Álvarez también dice que "la televisión no rompe el contexto a menos que los otros

⁹⁰ Piscitelli, A.: *Más allá de la primacía de las imágenes o del texto. Advenimiento de las narrativas multi-formes*, en: Revista Ensayos y experiencias. Volumen 6 N° 34, 2000, pp. 23-33.

⁹¹ Pereira, M.: *Lectura, escritura, imagen y construcción de subjetividad. Algunas reflexiones*, en: Revista Ensayos y experiencias, Volumen 6 N° 34, 2000, pp. 34-44.

componentes de los sistemas ecológicos dejen de estar presentes. Estos factores contextuales se pueden contrarrestar con lo que los anglosajones han llamado *critical viewing* (visión crítica), que implica entre otras cosas, (...) comentar lo que se ve y ponerlo en relación con la vida real, o con contenidos y lenguajes de otros medios, como los relatos literarios. En el plano cognitivo, el lenguaje y los contenidos televisivos pueden actuar como potenciadores del desarrollo en diversos aspectos funcionales a condición de que se cumplan ciertas condiciones en las emisiones. La multimodalidad parece constituir una condición humana y este sería el primer punto a favor del lenguaje televisivo: la integración en un mismo espacio sensorial de la imagen visual, la palabra y la imagen musical⁹².

Hernán Díaz presenta su proyecto de investigación diferenciando claramente dos abordajes teóricos que intentan dar cuenta de los efectos de los medios de comunicación masiva. Y dice: "Los estudios sobre los efectos de la televisión se han desarrollado, básicamente, en el ámbito disciplinar de la psicología conductista y de la sociología americana, desde la década del cincuenta hasta nuestros días. Estas disciplinas consideran que el mensaje en la comunicación masiva tiene como fin provocar reacción a corto plazo en el receptor o, en otras palabras, la conducta del sujeto es la respuesta a un estímulo creado por el mensaje. No obstante, desde la década del ochenta se viene planteando una nueva manera de abordar el conocimiento de la audiencia desde el paradigma construccionista. Este paradigma trasciende los preceptos del conductismo y del funcionalismo, al definir la comunicación como un proceso de construcción de significado que se funda en el diálogo, en el intercambio con el saber y el conocimiento de las interpretaciones o de las reacciones que pueda atribuir la audiencia a determinados mensajes (Guba: 90). El mensaje, por lo tanto no es omnipotente; esto es, no manipula a su antojo al receptor. A tenor de lo dicho, los estudios sobre la recepción televisiva se pueden tipificar en dos grandes propuestas. La primera: el paradigma positivista, la segunda el paradigma construccionista".

A los fines de la presente reseña resulta relevante destacar algunas teorías de las enunciadas por Hernández Díaz.

Teoría de los agentes cooperantes: Klapper (74) descarta la posibilidad de que los medios masivos sean la causa principal de los problemas sociales, e insiste en que los medios actúan junto con otros factores e influencias de carácter contextual tales como la familia, la escuela, la religión, las instituciones políticas y económicas entre otros. Por lo tanto no hay un impacto unidireccional de los medios. Hay factores que privan al momento de descodificar el mensaje:

- a) los sujetos son selectivos, los prejuicios, las creencias y el contexto sociocultural de la audiencia condicionan los modos de recepción y retención de los mensajes masivos.
- b) La pertenencia a grupos y las normas grupales que de ellas derivan, determinan los posibles significados difundidos por los medios.
- c) La relación interpersonal y sobre todo la presencia de los líderes de opinión influyen en la concepción que se tenga del mensaje.

Teoría de los usos y ratificaciones de los medios.

El enfoque funcionalista sobre los usos y gratificaciones de la televisión se fundamen-

⁹² Álvarez, A.: *El drama es que no hay drama. Algunas claves vigotskianas para interpretar los efectos de la televisión*, en: Revista Cultura y educación Nº 5, 1997, pp. 69-81.

tan en los siguiente:

- a) La audiencia es activa, recurre a ese medio para satisfacer necesidades específicas
- b) La audiencia posee iniciativa para vincular la gratificación de sus necesidades con la elección de los mensajes que difunden los medios.
- c) Los medios compite con otras fuentes de gratificación de necesidades
- d) La audiencia es capaz de expresar sus intereses y motivaciones con respecto a los medios.

Según Orozco, la institución televisiva compite con otras instituciones tales como la familia, la escuela, la iglesia, el trabajo, el grupo de amigos, etc, que coexisten, generan y tratan de hacer valer sus propias significaciones". (Orozco, 1991: 56). Por lo tanto, "el sujeto va construyendo su propio esquema o guión de interpretación de lo que ve en pantalla a partir de la relación que sostiene simultáneamente con otras esferas de productoras de significados (o guiones) como la familia, la comunidad, el grupo de trabajo, entre otros. (...). La relación de los receptores con los medios (y en especial con la televisión) no es unilateral ni homogénea, ni transparente". El sujeto-receptor está situado socio culturalmente "y trae a la pantalla sus repertorios culturales (actitudes, valores, creencias, mitos, etc) que pone en juego para contradecir, reforzar o complementar los mensajes cifrados por dicho medio". Además la recepción televisiva es un proceso, no un momento. La interacción con el medio televisivo no se inicia ni concluye frente a la pantalla, sino que es un proceso que antecede y prosigue al acto de ver televisión. Por último, "la televisión no es la única que significa la realidad. El receptor descodifica los mensajes atendiendo a su unidad cultural, haciendo de ella una lectura diferente y propia, por lo tanto, no se tiene la certeza de que la apropiación final coincida con el mensaje cifrado por el emisor, y ello obedece a las diferentes mediaciones que intervienen en la interpretación del mensaje, y que según Orozco (1991) pueden ser de carácter cognoscitivo, institucional, videotecnológico y referencial". Las mediaciones cognoscitivas tiene que ver con las variables de orden racional, emotivo, y valorativo que influyen en el proceso de apropiación del mensaje, las institucionales tiene que ver con la familia, la comunidad, etc, las videotecnológicas están representadas por los mecanismos tecnológicos que median en la construcción de la realidad por parte del sujeto receptor, las mediaciones de referencia son las que tienen que ver con la identidad del sujeto receptor: hombre o mujer, edad, procedencia geográfica, pertenencia a determinado estrato socioeconómico. Por lo tanto el receptor de televisión es un sujeto activo ya que realiza distintos tipos de esfuerzos cognoscitivos, de aprendizaje y de intercambio sociocultural antes, durante y después que entabla su relación con el medio

En el plano cognoscitivo se desarrolla un triple esfuerzo: atención-percepción, asimilación-comprensión, y apropiación y significación. Al respecto dice Orozco. "No siempre esta secuencia se presenta de la misma manera...El hecho de que ninguno de estos esfuerzos cognoscitivos necesariamente tenga que seguir una secuencia lineal, implica que su articulación no es lógica sino por asociación (...) suponen un aprendizaje y por lo tanto una actividad mental, aunque parezcan automáticas" (Orozco 1990:35). Asimismo, la actividad del niño receptor no concluye cuando apaga la televisión, trasciende el momento de estar frente a la pantalla debido a que traslada las asociaciones y los significados que ha elaborado mentalmente a su contexto social, a fin de intercambiarlos con los diferentes agentes sociales.

Hernandez Díaz concluye afirmando que "la tradición que se impone a la hora de considerar la influencia televisiva es la de los estudios de los efectos, esto es, la de la acción de

los mensajes televisivos sobre el público, mientras que muy escasamente podemos encontrar investigaciones sobre los usos de los mensajes televisivos por parte del público. De allí que actualmente, se abogue por la reivindicación del televidente, ya que la interacción entre el receptor y el medio televisivo va más allá de ser unidireccional y homogénea⁹³.

2.3. Adquisición y construcción social del conocimiento

La tesis que elegimos para definir este ámbito de los supuestos epistemológicos en *Homo videns* consistía en que como consecuencia del empobrecimiento de la capacidad subjetiva de conceptualizar, se da vía libre a la producción y la circulación social de un conocimiento falso, distorsionado, cuyas repercusiones en la vida política -más precisamente, en la vida democrática- son nefastas. Las formas sociales del conocimiento pertenecientes a la vida política de una sociedad democrática son la información y la opinión pública. Sin embargo, de acuerdo con las afirmaciones de Sartori, ni la una ni la otra constituyen, en sentido estricto, conocimiento. En cambio, ambas son formas de la ignorancia propia de la cultura de la imagen generada por la acción de los medios de comunicación masiva, en particular, por la televisión. En lo que sigue, desentrañaremos los supuestos relativos a la crítica y la verdad que sirven a Sartori de fundamento para estas conclusiones.

2.3.1. Información, verdad y comunicación social

En lo que hace a la información, sabemos que la misma responde a la condición de publicidad de los asuntos referentes a la vida política democrática. En efecto, ya para los griegos el "desarrollo de las prácticas públicas" es inseparable de otro rasgo esencial de la *polis*, a saber, el "prestigio de la palabra"⁹⁴. De hecho, como hemos dicho ya en otro lugar, el mismo Sartori antepone el *homo loquax* al hombre de la acción política, en *La política...* Hacemos esta breve referencia a la cuestión política porque la información, como consecuencia de su relevancia política, es una forma ineludible de conocimiento social en las sociedades de los medios de comunicación masiva. Pero, de acuerdo con lo sostenido por Sartori y contrariamente a lo que ocurre en la *polis* griega, esta forma de conocimiento es inseparable no ya del prestigio de la palabra sino, más bien, de su «desprestigio». Decimos esto último porque, como insiste Sartori, la televisión no llega a excluir la palabra pero le otorga un lugar secundario respecto de la imagen. La palabra no se despliega en el medio audiovisual con toda su capacidad conceptual o simbólica, dado que lo esencial en la comunicación mediática es la traducción -imposible- del contenido conceptual en imágenes. Hasta podríamos inferir que, si se descompusiera la pantalla de algún televisor y sólo pudiéramos escuchar las voces emitidas por el aparato, ese mensaje tampoco sería significativo por sí mismo, como el de la radio o el periódico. En consecuencia, del mismo modo que la imagen, la "información no es conocimiento, no es saber en el significado eurístico del término. Por sí misma, la información no lleva a comprender las cosas"⁹⁵. Menos aún si se

⁹³ Hernández Díaz, G.: *Conocer a los teleniños. Proyecto de investigación sobre los procesos de recepción televisiva en escolares caraqueños*, en: Revista Anuario Ininco, Investigaciones de la comunicación N° 9, 1998, pp. 135-164.

⁹⁴ Vernant, en su caracterización de la democracia griega, subraya este rasgo como definitorio. Cf. Vernant, J.-P.: *Los orígenes del pensamiento griego*, capítulo 5, Barcelona, Paidós, 1998.

⁹⁵ Sartori, G.: 1998, p. 79.

trata de la información transmitida por la televisión. La razón de ello es que a la carencia epistemológica de la información "por sí misma", la televisión sumaría la incapacidad de la imagen de transmitir contenidos conceptuales y despertar la comprensión. En este sentido, y en lo que hace a la "información de «relevancia pública»", los pseudo-acontecimientos que ofrecen los programas televisivos de noticias ni siquiera transmiten verdadera información a su espectador. En su lugar, le alcanzan dos formas de la información que, en última instancia, son tan falsas como los acontecimientos cuya imagen acercan a los individuos: se trata de la *subinformación* y la *desinformación*.

La primera consiste, dice Sartori, en una reducción de la cantidad de información, o bien en la insuficiencia o el empobrecimiento de las noticias que se dan; la segunda es, simplemente, la "distorsión de la información: dar noticias falseadas que inducen a engaño a quien las escucha"⁹⁶. La causa de este carácter distorsionante de la información transmitida en televisión debe rastrearse en la naturaleza de la imagen televisiva, cuyo carácter *ad hoc* y descontextualizado hemos discutido en un apartado más arriba. En definitiva, ambas se diferencian de la información en que reemplazan la comunicación por el contacto: "Mi teoría -dice Sartori- es que informar es comunicar un *contenido*, decir *algo*. Pero en la jerga de la confusión mediática, información es solamente el *bit*, porque el *bit* es el contenido de sí mismo. Es decir, en la red, información es todo lo que circula. Por tanto, información, desinformación, verdadero, falso, todo es uno y lo mismo (...) Así pues, el problema se resuelve vaporizando la noción de información y diluyéndola sin residuo en un comunicar que es solamente «contacto»"⁹⁷. En otras palabras, si *todo* puede ser información, tanto los acontecimientos relevantes para la *res publica* -cuyo criterio no es explicitado en ningún lugar por Sartori- como los pseudo-acontecimientos fabricados para responder a su propia «compulsión de mostrar» y satisfacer al mismo tiempo el gusto por el espectáculo del *homo videns*, entonces *nada* es ya información, en sentido estricto. La incapacidad del "hombre que ve" para diferenciar lo verdadero de lo falso y la incapacidad de la televisión para establecer la misma diferencia son una y la misma incapacidad, a saber, la de la sociedad *mass mediática* para la verdad.

Como corolario de todo esto, digamos que si la realidad traducida en imágenes es, por un lado, vaciada de su contenido conceptual y, por el otro, una pseudo-realidad porque es constituida especialmente para satisfacer la «compulsión de mostrar» del medio, entonces la información sobre la misma que aporta el medio no es verdadera, es falsa. Y, si sobre la base de esta información falsa se construye la comunicación social en una democracia determinada, entonces esta comunicación estará distorsionada.

En sentido estricto, no encontramos en las páginas de *Homo videns*, ninguna definición específica de verdad. Más arriba nos hemos preguntado si es que la verdad en sentido estricto se ubica sólo en el ámbito de los conceptos. Tampoco aporta Sartori muchos datos sobre este respecto. Si, por otra parte, interrogáramos a la imagen acerca de la verdad -referencia inescapable desde el momento en que se afirma que la imagen *miente*-, resultaría definida como una reproducción fiel de los acontecimientos, esto es en una percepción de los mismos en la cual no hubiera constitución ni distorsión. Pero también, dado que la imagen por sí misma no implica comprensión -y, en consecuencia, verdad-, diríamos que la verdad requiere de la subordinación de la imagen al concepto; en términos subjetivos, subordinación de la fantasía a la razón o del ver al pensar.

⁹⁶ Sartori, G.: 1998, p. 80.

⁹⁷ Sartori, G.: 1998, pp. 96-7.

Ahora bien, es claro que, sea cual fuere el criterio de verdad para Sartori, éste excluye por completo la idea de régimen de verdad, tal vez, uno de los más adecuados para entender el fenómeno de la verdad en los medios de comunicación masiva. Los medios, lejos de ser el lugar de la falsedad o de la ficción, bien podrían ajustarse a lo que Foucault define como "(...) sitios en los que se forma la verdad, allí donde se definen un cierto número de reglas de juego, a partir de las cuales vemos nacer ciertas formas de subjetividad, dominios de objetos, tipos de saber"⁹⁸. Si bien son las prácticas judiciales lo que Foucault tiene en mente en este texto, esta noción de verdad es perfectamente aplicable a los medios. En este caso, podríamos reinterpretar la afirmación sartoriana de que la imagen tiene su fundamento en sí misma, y nada más, afirmación sin duda ingenua. En esta reinterpretación consideraríamos, en primer lugar, que la imagen no aparece en el medio de manera «espontánea», como también sostiene Sartori. Pero tampoco responde a las maquinaciones maquiavélicas de aquéllos que buscan «teledirigir» las opiniones de los sujetos políticos. Probablemente, por ejemplo, lo que Sartori denomina la *sondeodependencia* sea una de las reglas del juego de la verdad en los medios, y no una retroalimentación perversa entre los televidentes y los políticos. A su vez, la información que circula en los medios no tiene el estatuto de *episteme*. Nuevamente, esto es algo que Sartori no ignora. No obstante, eso no la transforma irremediablemente en *doxa*, ni mucho menos en conocimiento falso. Y, menos aún, si tenemos en cuenta que hasta el discurso científico se sostiene según un régimen de verdad que le es propio. No obstante, para admitir esta posibilidad y desarrollar este camino, es necesario abandonar muchos de los supuestos epistemológicos explicitados hasta aquí.

Lo cierto es que, en definitiva, Sartori supone que, del mismo modo que la percepción no es constitución, ni la imagen es un producto de la actividad simbólica del hombre, ni la realidad es producto de la *praxis* humana, la verdad tampoco es producto de la actividad humana, del pensar, del conceptualizar, ni del obrar humano. Mucho menos, aceptaría que «la verdad no está fuera del poder, ni sin poder»⁹⁹. Por otra parte, dicho en términos de participación democrática, la verdad tampoco es concebida por Sartori como producto de la deliberación racional de los hombres, dado que tal deliberación se basa en información falsa o falseada, y en la carencia de inteligibilidad conceptual. Y, en consecuencia, la comunicación mediática-social, en términos epistemológicos, se vería reducida a la circulación de imágenes, o bien vacías, o bien falsas. Esto último nos lleva al concepto de ideología, como la vida en *el falseamiento de la conciencia de sí y del mundo* de los hombres en las sociedades de los medios de comunicación masiva.

2.3.2. Opinión pública, ideología y comunicación social

En lo que hace al problema del conocimiento común de la sociedad *mass-mediática*, Sartori se extiende de manera pormenorizada en otra cuestión que le preocupa muy urgentemente: el «hecho» -un «hecho» más- que en las sociedades *mass-mediáticas* el carácter dogmático de la opinión pública se profundiza por más de un motivo y con pésimas consecuencias para el desarrollo de la vida democrática y para la solidez de las instituciones democráticas. Veamos por qué.

Más arriba, hallamos que Sartori identifica la imagen con la *doxa*. En lo que hace a

⁹⁸ Foucault, M.: *La verdad y las formas jurídicas*, Barcelona, Gedisa, 1998, p. 17.

⁹⁹ Foucault, M.: «Verdad y poder», en *Microfísica del poder*, Madrid, Ediciones de La Piqueta, 1992, p. 187.

la opinión pública, Sartori también la considera como lo otro de la *episteme*. Esto es expresado textualmente: "Opinión es *doxa*, no es *episteme*, no es saber y ciencia; es simplemente un «parecer», una opinión subjetiva para la cual no se requiere una prueba"¹⁰⁰. Y, en consecuencia, la opinión pública mediante la que participan los ciudadanos de una democracia no goza de un estatus epistemológico de discurso de crítica y verdad. La misma, por el contrario, es «frágil» y «variable», y se define como un «sentir» la cosa pública apoyado en las imágenes mediante las cuales los ciudadanos se *desinforman* o se *subinforman*. Por esta razón, es tan sólo un producto de la sensibilidad, o la emotividad a la que nos hemos referido más arriba, y de ninguna manera alcanza el nivel de un juicio reflexivo y crítico.¹⁰¹ No obstante, en principio, esta flaqueza de la opinión pública se trataría en este punto de una carencia inherente a la misma en tanto que es *opinión*. En este sentido, suponemos que se podría imputar el carácter de *doxa* a la opinión pública independientemente del tipo de sociedad -es decir, aun a las sociedades que no son *mass-mediáticas*- y del tipo de conocimiento socialmente compartido -esto es, se transmite este conocimiento mediante imágenes o mediante palabras. En consecuencia, la crítica sartoriana dirigida contra la opinión pública se aplicaría a cualquier tipo de sociedad en la que ésta tuviera un lugar preponderante en la vida política. Cabría preguntarse, en todo caso, qué ocurriría en una sociedad compuesta exclusivamente de *homines sapientes* que vivieran en democracia: ¿tendría para ellos sentido la opinión pública o sería otra la forma de participación masiva en la vida política?

A partir de las páginas de *Homo videns*, inferimos que la respuesta de Sartori sería que en esta sociedad, si bien por definición no sería *episteme*, por lo menos, la opinión de estos hombres sería autónoma o, más precisamente, no influenciada ni dirigida por los medios de comunicación masiva. De todos modos, cualquier respuesta que intentemos dar a esta pregunta no sería más que una especulación mejor o peor intencionada, dado que Sartori mismo no discute este problema en su *Homo videns*. Lo cierto es, en primer lugar, que a la ya peligrosa debilidad epistemológica de la opinión pública, en las sociedades donde el conocimiento social y el intercambio político está atravesado por los fenómenos mediáticos, se suma el hecho de fundarse en la información que los medios visuales ponen en circulación. Hemos discutido el carácter de la información en el punto anterior, y hemos visto que Sartori a) desconfía de la idoneidad de los medios para la transmisión de la información y b) declara abiertamente que esta información es falsa o, decimos nosotros, ideológica. Tanto la subinformación como la desinformación consisten en ofrecer al televidente pseudo-hechos. El televidente, debilitado ya por su *paideia* televisiva, por su incapacidad subjetiva de distinguir lo real de lo imaginario y lo verdadero de lo falso, toma estos pseudo-acontecimientos como los hechos «reales» y, a partir de ellos, elabora su sentir sobre los asuntos comunes de la vida política, esto es, elabora su opinión sobre la cosa pública. En lo que hace a los rasgos de la opinión pública en la sociedad de *homines sapientes*, diremos que a la pregunta por la forma cómo se constituye una opinión pública autónoma, Sartori responde remitiéndonos a su fundamento en la información: "Está claro que esta opinión [autónoma] debe estar expuesta a flujos de informaciones sobre el estado de la cosa pública. Si fuera «sorda» (...), entonces no serviría. Por otra parte, cuanto más se abre y se expone una opinión pública a flujos de información exógenos (que recibe del poder político o de instrumentos de información de masas), más corre el riesgo la opinión del público de con-

¹⁰⁰ Sartori, G.: 1998, pp. 69-70.

¹⁰¹ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 70.

vertirse en «hetero-dirigida»¹⁰². Lo que diferenciaría, entonces, una opinión autónoma de una opinión heterónoma -que no es más que una forma distinta de referirse a las opiniones críticas y a las acríicas- sería, por lo que se lee en estas páginas, el *medio* a través del cual llega la información a los ciudadanos. Esto se sigue no sólo de lo que acabamos de citar, sino también de la afirmación que sigue a dicha cita, según la cual los periódicos y la radio son capaces de mantener un equilibrio entre autonomía y heteronomía de la información, dado que el medio por el que la vehiculizan es «discursivo» o, retomando una distinción discutida más arriba, lingüístico. A propósito de esta diferencia, Sartori sostiene que: «Cuando prevalece la comunicación lingüística, los procesos de formación de la opinión no se producen directamente de arriba a abajo; se producen «en cascadas» (...) Además, en la cascada se alinean y se contraponen ebulliciones, y resistencias o viscosidades de naturaleza variada»; según el modelo de Deutsch, desarrollado por Sartori en otro lugar. A esto agrega una nota: «Así, las opiniones de cada uno no tenían grupos de referencia y, por tanto, no derivan sólo de mensajes informativos sino también por identificaciones (lo que las convierte en opiniones sin información y, por tanto, poco influenciables).»¹⁰³ Así pues, aparentemente, la transmisión lingüística de la información daría lugar a estados intermedios en los cuales la información no fluiría de manera ininterrumpida y daría lugar a su conceptualización y su discusión. Lo curioso de esta descripción que acabamos de citar, es que la opinión no influenciable, es decir, la opinión autónoma basada en la transmisión lingüística de la información, es «opinión sin información». Más aún, es opinión basada en la identificación de los individuos con líderes de autoridad, como aclara más adelante: «La televisión es explosiva porque destrona a los llamados líderes intermedios de opinión, y porque se lleva por delante la multiplicidad de «autoridades cognitivas» que establecen de forma diferente, para cada uno de nosotros, en quién debemos creer, quién es digno de crédito y quién no lo es»¹⁰⁴. ¿En qué consiste, entonces, la autonomía, si es que la opinión autónoma se establece según lo que estas «autoridades cognitivas» estipulan como lo verdadero y lo falso? ¿No será más sano para la autonomía que la televisión acerque inmediatamente la información a los individuos? A esto último, Sartori respondería, evidentemente, de manera negativa; la televisión destrona la autoridad de los líderes de opinión para enarbolar en su lugar la imagen como autoridad, con las consecuencias ya observadas. Por lo tanto, la opinión formada a partir de dicha información, no sólo es epistemológicamente débil, sino que además es distorsionada o falsa. Dicho en otras palabras, la introducción de la televisión en la vida política trae consigo la «contaminación ideológica» de la misma.

Una dificultad adicional a esta curiosa definición de autonomía consiste en que Sartori tampoco define de manera específica el concepto de crítica, que es, precisamente, el que constituye la clave para responder a esta pregunta. Porque si en algo se diferencia la opinión de nuestros atrofiados hombres que ven de la de los hombres que piensan, es en que mientras que los primeros son ingenuos al punto de tomar lo que sus ojos les muestran por la verdadera realidad y sientan en ello la base de sus opiniones, los últimos son críticos y, por tanto, su opinión también lo es. Lo más cercano a una definición de la crítica que encontramos en el texto es lo siguiente: «el vídeo-dependiente tiene menos sentido crítico que quien es aún un animal simbólico adiestrado en la utilización de los símbolos abstractos. Al perder la capacidad de abstracción perdemos también la capacidad de distinguir en-

¹⁰² Sartori, G.: 1998, pp. 70-1.

¹⁰³ Sartori, G.: 1998, p. 71.

¹⁰⁴ Sartori, G.: 1998, p. 72.

tre lo verdadero y lo falso”¹⁰⁵. En esta afirmación, pues, crítico es aquel capaz de diferenciar lo verdadero de lo falso, y esta capacidad depende de la capacidad de abstracción. La televisión, por su parte, hace pasar la imagen por la verdadera realidad. Dicho de otro modo, hace pasar lo falso por verdadero. Y, como los individuos han crecido en esta falsedad, sus opiniones no pueden sino ser falsas y sus aspiraciones no pueden ser sino seguir viviendo en la falsedad. Se trata, en palabras de Sartori, de una especie de círculo vicioso, al que nosotros podemos denominar *ideología* pero cuya descripción en *Homo videns* no está, ciertamente, a la altura de tales conceptos. “Actualmente, proliferan las mentes débiles, que proliferan justamente porque se tropiezan con un público que nunca ha sido adiestrado para pensar. Y la culpa de la televisión en este círculo vicioso es que favorece -en el pensamiento confuso- a los estrambóticos, a los excitados, a los exagerados y a los charlatanes. (...) De este modo refuerza y multiplica al *homo insipiens*”¹⁰⁶. He aquí, un nuevo tipo de hombre en la taxonomía sartoriana, producto del desarrollo del *homo videns*, un hombre que vive en la “confusión mental”, en la *ideología*.

La forma política que resulta de esta epistemología del conocimiento social es lo que Sartori denomina “videocracia”, de la que se trata a propósito de los supuestos ético-políticos de su tesis. Aquí sólo nos hemos ocupado, por una parte, de sus supuestos epistemológicos, derivados de la argumentación que venimos de exponer: la desinformación o subinformación, el carácter necesariamente no científico de la opinión pública, amén de la pseudo-ontología representada por la imagen y las facultades subjetivas disminuidas de los individuos expuestos desde niños a la televisión. Por otra parte, los rasgos epistemológicos característicos de la videocracia son la emotivización de la política y la sondeo-dependencia. A propósito de la primera, vemos que Sartori, un poco más atinadamente, no se refiere a la política en términos de lenguaje abstracto -y, en consecuencia, en términos de *episteme*- sino en términos de *logos*. En este respecto, dice: “la televisión favorece (...) la emotivización de la política, es decir, una política dirigida y reducida a episodios emocionales.” Y más adelante aclara: “Apasionarse es implicarse, hacer participar, crear sinergias «simpáticas» (...) Apasionarse está bien cuando se hace en su momento y en su lugar, pero fuera de lugar es malo. El saber es *logos*, no es *pathos*, y para administrar la ciudad política es necesario el *logos*”¹⁰⁷. Una vez, más, la televisión promueve el *pathos* y no el *logos* en virtud de su apelación a la emotividad mediante la imagen. De esto hemos hablado ya extensamente. Ahora, sólo nos permitiremos preguntarnos si la identificación que da lugar a la opinión autónoma no será, ella también, una forma «patológica» de fundamentación.

En lo que hace, finalmente, a la sondeo-dependencia, ya hemos observado más arriba que bien podría tratarse de una de las reglas internas de un régimen de verdad televisivo. Sartori, por su parte, la define como “la auscultación de una falsedad que nos hace caer en una trampa y nos engaña al mismo tiempo”, dado que “los sondeos no son instrumentos de demo-poder -un instrumento que revela la *vox populi*- sino sobre todo una expresión del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo; y su influencia bloquea frecuente-

¹⁰⁵ Sartori, G.: 1998, p. 102. Encontramos, también una forma negativa de definir la crítica en la p. 94: “La televisión americana es agresiva en el sentido de que el periodista televisivo se siente revestido de una «función crítica» y es, por tanto, un *adversary*, constitutivamente predispuesto a morder y pinchar al poder, a mantenerlo bajo sospecha y acusación.” Esta función crítica es invalidada en la medida en que su consecuencia es que el espectáculo queda instalado como forma de informar o, más precisamente, de subinformar y desinformar.

¹⁰⁶ Sartori, G.: 1998, p. 148.

¹⁰⁷ Sartori, G.: 1998, p. 115.

mente decisiones útiles y necesarias, o bien lleva a tomar decisiones equivocadas sostenidas por simples «rumores», por opiniones débiles, deformadas, manipuladas, e incluso desinformadas. En definitiva, por opiniones ciegas¹⁰⁸. En síntesis, los sondeos son una manera de asegurar que los sujetos de una sociedad «tele-dirigida» se mantengan en la ideología, en la falsedad. Los sondeos de opinión “auscultan la falsedad” porque simplemente exponen la ignorancia de los sujetos incapaces de pensamiento abstracto. En efecto, “la gran mayoría de los interpelados no sabe casi nada de las cuestiones sobre las que se le preguntan”, y esto no es un secreto para nadie. Más aún, no sólo es sabido que se pregunta sobre la ignorancia sino que esta ignorancia es fomentada por los expertos en sondeos, quienes “se limitan a preguntar a su *quidam*, cualquiera que sea, «¿qué piensa sobre esto?», sin averiguar antes lo que sabe de eso, si es que sabe algo”¹⁰⁹. De esta manera, el conocimiento social que circula en los medios no es más que el entronizamiento de la falsedad y de la ignorancia, un momento del círculo vicioso del vivir en la ideología, propio del *homo insipiens*.

2.4. Comentarios finales

A lo largo del desarrollo de los supuestos epistemológicos de *Homo videns*, hemos subrayado algunos conceptos alrededor de los cuales ordenaremos algunos comentarios finales. En primer lugar, hemos discutido el concepto de imagen. Sartori ve en la imagen la contracara ya de la palabra, ya del concepto y la considera incapaz de transmitir un contenido intelectual. Tan sólo le reconoce una capacidad referencial concreta a cosas concretas - que, para Sartori, es sinónimo de visible o dado a los sentidos. Como hemos argumentado, se trata de una concepción pobre de la imagen, que excluye de la cultura las artes plásticas. Por otra parte, la radicalidad de su posición respecto de la imagen se vuelve en su contra al argumentar que la imagen miente. Es posible que no sea el mismo el pensamiento desarrollado en una cultura en la que predomina la transmisión de conocimientos de manera escrita, que el de una cultura en la que predomina la imagen como vehículo de conocimientos e información. No obstante, las conclusiones de Sartori son, por lo menos, excesivas. Por momentos, es como si los supuestos que expone no fueran las verdaderas premisas de las que parte, sino una pantalla para disimular su adhesión dogmática a la idea de que la proliferación de imágenes atrofia la capacidad de abstracción.

Por su parte, la discusión alrededor de la imagen nos llevó por diferentes caminos hacia diferentes conceptos: a la concepción del lenguaje, la concepción de la realidad, y la concepción de la percepción. Respecto del primero, sólo subrayaremos aquí el carácter instrumental del lenguaje, ya sea concreto, ya sea abstracto: en cualquiera de los dos casos, Sartori no se refiere a ellos más que como una herramienta de la percepción o del pensamiento, respectivamente, que remite a cosas visibles o cosas invisibles, según sea el caso. Sin embargo, podríamos decir que la incapacidad del lenguaje concreto de establecer un mundo de sentido, se debe menos a sus rasgos propios en tanto que concreto, que a la incapacidad de *todo* lenguaje de establecer un mundo intersubjetivo, según la concepción del lenguaje que encontramos en nuestro autor. En efecto, Sartori en ningún momento atribuye al lenguaje una dimensión intersubjetiva, ni discute esa perspectiva del lenguaje.

En lo que hace a la concepción de la realidad, el sujeto sartoriano, independientemente de que se trate de un *homo videns* o de un *homo sapiens*, no es activo ni como confi-

¹⁰⁸ Sartori, G.: 1998, p. 76.

¹⁰⁹ Sartori, G.: 1998, p. 77.

gurador de la percepción de lo real, ni como configurador del mundo mismo. La realidad es dada a la percepción, ya se trate de una realidad visible ofrecida a la vista, o de una realidad invisible ofrecida al pensamiento. De este modo, en su etapa de crecimiento cognitivo, el hombre queda a merced del tipo de objetos que le sea ofrecido por la realidad y que determinará si su capacidad abstractiva se desarrolla o se atrofia. En este último respecto, la percepción, en tanto que facultad subjetiva, será apenas el reflejo de lo que el sujeto encuentre a su disposición.

Esta concepción del sujeto de conocimiento es, finalmente, la que subyace al análisis político de Sartori. En su aspecto epistemológico, la vida política se estructura alrededor de una forma de conocimiento falsa, confusa, ideológica: la opinión pública heterónoma. La descripción de la misma nos remite a los conceptos a los que venimos aludiendo desde el principio: imagen, lenguaje, percepción. Nuevamente, el edificio conceptual y su organización parecen servir tan sólo al prejuicio de Sartori en contra de la televisión, dadas las falencias teóricas del mismo que hemos señalado a lo largo de la exposición y el análisis.

3. Consideración de los supuestos ético-políticos en *Homo videns*

3.1. Introducción

En este apartado se problematizarán los supuestos subyacentes de las tesis que Giovanni Sartori afirma en relación a la ética, a la libertad y al ejercicio de la ciudadanía. Este autor sostiene que la televisión estaría operando un cambio en la *naturaleza del hombre*, al empobrecer su aparato cognoscitivo y dejarlo sin el instrumento fundamental para el ejercicio de la libertad como es el pensamiento argumentativo.

Al comienzo de su obra, Sartori se desplaza de la escritura como condición de la civilización¹¹⁰, a la invención de la imprenta con la que la cultura escrita se hace potencialmente *extensible a todos*. Más que la escritura, es la imprenta la que produce el salto *tecnológico*¹¹¹. A la imprenta le siguen el diario, el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión, que genera una nueva ruptura.

“La televisión -como su propio nombre lo indica- es «ver desde lejos» (*tele*), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia. Y en la televisión el hecho de *ver* prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la *imagen*, comenta la imagen. Y, como consecuencia, el telespectador es más un animal *vidente* que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras”¹¹²

Del supuesto -no probado ni criticado- de que con la televisión todo se convierte en una función derivada y secundaria de la imagen, Sartori infiere que tal instrumento no puede sino producir una mutación de la naturaleza del hombre. En otras palabras, si la naturaleza humana se define por su capacidad simbólica escrita y reflexiva, el predominio de la imagen conlleva una subordinación de dicha capacidad al *sólo ver*. Se generaría con ello un nuevo tipo humano: el *homo videns*. Si la esencia del hombre es el pensamiento y éste requiere de la escritura, entonces el hombre producido por la televisión es un hombre alienado de su propia naturaleza. Éste es un “*sordo* [mejor dicho: un ciego] de por vida a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita”¹¹³. Es un ser empobrecido, una naturaleza atrofiada. No deja de ser humano puesto que no pierde su capacidad simbólica, pero ya no es capaz de *saber*¹¹⁴.

El argumento central contra la televisión es que empobrece la capacidad de entender. “El *homo sapiens* debe todo su saber y todo el avance de su entendimiento a su *capacidad de abstracción*”¹¹⁵. Las palabras abstractas o conceptos son significados que no pueden

¹¹⁰ Cf. esta tesis con la interpretación de Lévi-Strauss en el capítulo xxviii de *Tristes Trópicos*, en la que se muestra que la escritura ha sido un instrumento del dominio antes que un la condición del desarrollo de la civilización.

¹¹¹ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 25.

¹¹² Sartori, G.: 1998, p. 26.

¹¹³ Sartori, G.: 1998, p. 39.

¹¹⁴ “Una persona culta es una persona *que sabe*, que ha hecho buenas *lecturas* o que, en todo caso, está bien informada” (Sartori, G.: 1998, p. 39).

¹¹⁵ Sartori, G.: 1998, p. 45. “La imagen es enemiga de la abstracción, mientras que explicar es desarrollar un discurso abstracto” (p. 84). “El video-dependiente tiene menos sentido crítico que quien es aún un animal simbólico adiestrado en la utilización de los símbolos abstractos. Al perder la capacidad de abstracción perdemos también la capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso” (p. 102). Se infiere de aquí que el sentido crítico es la capacidad de descubrir que otros mienten.

ser reducidos, traducidos o trasladados a imágenes. Según esta perspectiva, la adquisición de un lenguaje abstracto es lo que distingue a los *pueblos avanzados* de los *primitivos*.

De lo anterior se derivan consecuencias decisivas para la ética individual y social, puesto que los individuos estarían en una situación de alienación que los inhabilitaría para el ejercicio de la libertad que es una condición necesaria para el cultivo democrático de la ciudadanía. Según Sartori, la televisión ha cambiado radicalmente la manera de hacer política y de «ser político». Si la democracia es definida como el gobierno de la opinión pública, “actualmente el pueblo soberano «opina» sobre todo en función de cómo la televisión le induce a opinar”. Al conducir la opinión la televisión se coloca en el centro de los procesos políticos, condicionando los procesos electorales y las decisiones de los gobiernos.

De acuerdo con lo anterior, la extensión de la influencia de la televisión generaría un primer problema, cual es el «directismo democrático»: la opinión pública es la opinión *del* público, pero también la opinión que implica la *cosa pública*, es decir, argumentos de discusión pública (intereses generales, bien común, problemas colectivos). Para que haya democracia se requiere una opinión pública autónoma, la cual no puede ser fija sino sujeta a flujos de información, pero tampoco puede ser heterónoma. Sartori sostiene que cuando la prensa (e incluso la radio) plasmaba la opinión pública había un equilibrio entre autonomía y heteronomía garantizado por la existencia de una prensa libre y múltiple, pero con el surgimiento de la televisión y la imposición de la imagen el equilibrio se rompió. La televisión reemplazaría las autoridades de los líderes intermedios por “la autoridad de la imagen”, creando una “opinión sólidamente hetero-dirigida”¹¹⁶

Un segundo problema sería la incidencia del video-poder sobre los métodos de elección y sobre los que son elegidos. Los sondeos de opinión que realiza la televisión, según Sartori, *falsean* la realidad, porque orientan las respuestas en el modo de hacer las preguntas forzando las respuestas. “La mayoría de las opiniones recogidas son frágiles e inconsistentes”¹¹⁷. Sobre la base de algunos ejemplos que muestran que los resultados de los sondeos varían considerablemente, Sartori generaliza el carácter falaz de las encuestas el que, combinado con la sondeo-dependencia de los políticos, lleva a inferir que los medios de comunicación son un instrumento de poder *sobre* el pueblo.

Un tercer problema sería en qué medida la televisión ayuda u obstaculiza la «buena política». Sartori advierte que “la información no es conocimiento”, ya que se puede estar informado sin comprender. Pero, por otro lado, “la televisión informa poco y mal”¹¹⁸, además de que “las cadenas televisivas han producido ciudadanos que no saben nada y que se interesan por trivialidades”¹¹⁹. La televisión produce desinformación y distorsión: impone a todos datos estadísticos falsos (erróneamente interpretados).

Después de haber explicitado y resumido las tesis principales de Sartori, comencemos el análisis crítico señalando que este autor parte de un concepto de «naturaleza humana» heredado de la tradición ilustrada, según la cual aquella se identifica con la razón como fundamento de la autodeterminación y autonomía individuales y sociales. Kant llama «razón práctica» a esta característica distintiva de la naturaleza del hombre. Rousseau, por su parte, la llama «libertad» y sostiene que ésta es inalienable pero que su debilitamiento u obstrucción ponen en peligro la condición humana. Desde *esta* tradición, Sartori advierte

¹¹⁶ Sartori, G.: 1998, p. 72.

¹¹⁷ Sartori, G.: 1998, p. 74.

¹¹⁸ Sartori, G.: 1998, p. 80.

¹¹⁹ Sartori, G.: 1998, p. 86.

que la televisión ha generado una primacía de la imagen sobre el discurso, de lo visible sobre lo inteligible, conduciendo a “un ver sin entender” que destruye las condiciones del saber que están a la base del ejercicio de la libertad como autonomía¹²⁰. En este sentido, la postura de Sartori adolece de las mismas limitaciones que la ilustrada. El hombre se transformaría así en un ser incapaz de comprender los conceptos o los pensamientos abstractos e ingresaría en la era del *postpensamiento*, desde el momento que la televisión “destruye más saber y más entendimiento del que transmite”¹²¹. Aun cuando concedamos que el pensamiento ilustrado ha explicitado una característica esencial de la naturaleza humana, no podemos dejar de señalar la estrechez de esta concepción que ignora la historicidad constitutiva del fenómeno humano.

Sartori recurre a lo largo del texto al mismo procedimiento falaz: primero, produce un equívoco al identificar el significado de dos conceptos que no tienen igual extensión (símbolo/palabra, palabra/lenguaje escrito, televisión/prevalencia del ver); después, recurre a la «generalización apresurada» de las características del fenómeno al que se refiere el concepto específico al fenómeno general. Además, las hipótesis generales derivadas (por ejemplo, que el ver prevalece sobre hablar y que la voz está en función de la imagen) no han sido comprobadas ni se las ha sometido a la crítica.

Cuando Sartori sostiene que “es la televisión la que modifica primero, y fundamentalmente, la naturaleza de la comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen” pasa por alto el hecho de que la comunicación es *antes* que palabra impresa o radiotransmitida, palabra e imagen que traen al otro a la presencia. La comunicación es *antes* que palabra impresa o radiotransmitida, relación «cara a cara», «aquí y ahora». En este sentido, la televisión no es un empobrecimiento sino un enriquecimiento de la comunicación, ya que agrega a la palabra, hablada o escrita, la imagen. Al seguir una corriente de la tradición iluminista que identifica la cultura con la «alta cultura», y ésta con la «cultura letrada», Sartori genera un empobrecimiento de los conceptos de cultura y de comunicación. El ver es diferente del entender, pero no es necesariamente su opuesto. Si fuesen opuestos el ver podría impedir o anular el trabajo del concepto y, entonces, “el lenguaje conceptual (abstracto) [*sería*] sustituido por el lenguaje perceptivo¹²² (concreto) que [*sería*] infinitamente más pobre”¹²³. Si se probase la sustitución de un lenguaje por otro, indudablemente la conclusión de Sartori sería correcta, pero tal tesis no ha sido probada. Análogamente, si se probase que las imágenes televisivas sustituyen la imaginación de la audiencia, tendríamos que concluir que la actividad poética y creativa sufre un empobrecimiento progresivo conforme crecen las audiencias.

El supuesto que sirve de fundamento para todo el libro de Sartori es que sin razonamiento discursivo no hay libertad como autonomía y, sin ésta no hay ciudadanía democrática. Sin embargo, en el mismo «Siglo de las Luces», Rousseau defendía la tesis, contraria a la de Sartori, de que las ciencias y las artes (y con ellas el razonamiento discursivo y la cultura en general) habían generado un debilitamiento de la libertad del hombre y un empobrecimiento de su ser autónomo¹²⁴.

La televisión no implica siempre ni necesariamente impedimento o anulación del

¹²⁰ Sartori, G.: 1998, p. 12.

¹²¹ *Ibidem*.

¹²² El epistemólogo Paul Feyerabend sostiene la tesis contraria, cf. Feyerabend, P.: *Contra el método*, Barcelona, Editorial Planeta-De Agostini, 1993, pp. 12, 129-135.

¹²³ Sartori, G.: 1998, p. 48. (cursivas nuestras).

¹²⁴ Cf.: Rousseau, J. J.: *Discurso sobre las ciencias y las artes*, Alianza, Madrid, 1998, pp. 173, 176, 186, 194.

razonamiento y el razonamiento no implica siempre ni necesariamente el desarrollo de la libertad como autonomía individual o social. Estas conclusiones negativas distan mucho de una apología de los medios de comunicación audiovisuales en general y de la televisión en particular. Es cierto que los medios son una amenaza potencial de la libertad y la cultura democrática, pero no está probado que la expansión de la televisión implique una anulación de la capacidad de entender¹²⁵

Para cerrar esta cuestión, quisiéramos recordar y rescatar el propósito polémico del libro de Sartori que recupera la función crítica de la filosofía desde los comienzos de su historia. El distanciamiento crítico es una acción constitutiva del pensamiento filosófico aunque no creemos que deba restringirse o limitarse a la argumentación escrita o que no sea capaz de valerse productivamente de las imágenes y de lo visible, como ya Platón observaba lúcidamente.

Sartori es un investigador preocupado fundamentalmente en las cuestiones políticas, de modo que este eje ético-político resulta de particular relieve. En *Homo Videns*, el análisis del papel que desempeña la televisión en relación con lo político parece tener distintos planos: por una parte encontramos la cuestión de la "formación" (analizamos esta cuestión en otro lugar), en particular la formación (*paideia*) del niño, de modo que cuando éste llega a la práctica política concreta ya se encuentra preformado, cuestión a la que se le opone la de la "información" (punto en el que nos detendremos en primer lugar). Y en relación casi de dependencia con él aparecen las cuestiones de la formación de la opinión pública, su papel en los procesos electorales y la modificación y condicionamiento de las formas políticas.

Aclaremos desde el inicio que en este caso, al autor le interesa abordar la relación entre televisión y política limitándose a la "video-política en los sistemas liberales democráticos, es decir en los sistemas basados en elecciones libres" y deja para otra oportunidad la consideración de la televisión en los sistemas dictatoriales.

3.2. Información

Sartori distingue tres niveles en la cuestión de la transmisión de información: el propio de la información, la subinformación (que es de la información insuficiente) y la desinformación (que es información distorsionada, cuando no decididamente falsa). Sartori parte del supuesto de que la información política que brinda la televisión es escasa. En efecto, de la multitud de mensajes transmitidos, pocos son los que resultan informativos y, de ellos, muy pocos que no se refieran a sucesos deportivos, luctuosos, catastróficos, lacrimógenos, etc. es decir, muy pocos que sean efectivamente "información política". Sin embargo, reflexiona Sartori, "lo que no es óbice para que las noticias de mayor repercusión, de mayor importancia objetiva, sean las que tratan de información política, las informaciones sobre la *polis* (nuestra o ajena). Saber de política es importante, aunque a muchos no les importe, porque la política condiciona toda nuestra vida y nuestra convivencia"¹²⁶. Pues bien, Sartori considera que la televisión condiciona, en los sistemas democráticos, tanto a la

¹²⁵ Pareciera que un peligro mayor para la libertad es la concentración de la propiedad de la mayoría de los medios en pocas manos y la conformación de las empresas multimédios, dueñas de canales de televisión, radios, revistas, diarios, cines y videos. Esta amenaza que fuera percibida y denunciada por diversos teóricos desde John Stuart Mill y Alexis de Tocqueville a mediados del siglo XIX, pareciera tener mayor incidencia que la alienación del hombre a consecuencia del predominio de la imagen.

¹²⁶ Sartori, G.: 1998, p. 65.

opinión pública como a las decisiones de los gobiernos. Históricamente, en las democracias modernas, los formadores de opinión fueron los periódicos y la radio (ambos, según este autor, garantizaban una comunicación libre y plural), pero la cuestión cambió esencialmente con la llegada de la televisión, con ella "el acto de ver suplantó al acto de discutir"¹²⁷, y con ello cambió todo el sistema de autoridad.

Esto le permite desarrollar su concepto de "vídeo-política". Con la televisión la autoridad es la autoridad de la imagen, porque Sartori entiende que el espectador cree según lo que ve y que, por tanto, la autoridad cognitiva de esta nueva era resulta ser la imagen: "Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y, por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve. Lo que se ve parece «real», lo que implica que parece verdadero"¹²⁸.

De este modo, el sistema democrático representativo basado en la opinión pública estaría sufriendo un cambio de raíz, porque para que exista opinión pública es necesario que esa opinión sea, de algún modo, opinión propia del público, mientras que cada vez más esta opinión estaría siendo "hetero-dirigida" en la medida en que la televisión genera una "videocracia" que vacía a la democracia de su rasgo esencial de ser un "gobierno de opinión".

Sartori sostiene que la información de masas comienza con la radiofonía (el periódico excluye al analfabeto), con la extensión de la información se produce un empobrecimiento en su calidad; pero el proceso llega a una agudización extrema con la televisión, porque ella "da menos informaciones que cualquier otro instrumento de información"¹²⁹, pero, y sobre todo, la televisión cambia el "criterio" de selección de la información dado que para ella cuenta el criterio de la preeminencia de la imagen: "La información que cuenta es la que se puede filmar mejor; y si no hay filmación no hay siquiera noticia"¹³⁰. A diferencia del periódico o la radio que, según Sartori, no tienen necesidad de estar presentes en el lugar de los hechos, la televisión se mueve bajo el imperativo de tener siempre que transmitir imágenes de todo lo que se habla. Esto genera algunos problemas dado que no siempre es posible captar imágenes de aquello que se quiere transmitir. Pero además, "la obligación de «mostrar» genera el deseo o la exigencia de «mostrarse». Esto produce el pseudo acontecimiento, el hecho que acontece sólo porque hay una cámara que lo está rodando, y que, de otro modo, no tendría lugar". En este caso resulta que la información es una falsa información surgida por la conminación televisiva.

Esta dinámica, según Sartori, se refleja en algunos dispositivos habituales que distorsionan la información. El autor señala cuatro de uso frecuente en el medio: 1) las falsas estadísticas (estadísticas con escasa o nula pertinencia metodológica y con interpretaciones arbitrarias según las cuestiones de moda o del momento), 2) las entrevistas casuales (que parecen reflejar la opinión de hombre de la calle, cuando en verdad además de estar "precozidas" son seleccionadas y las respuestas casi siempre vacuas), 3) la exageración (los personajes que se privilegian son los excéntricos que llaman la atención y convocan audiencia) y 4) el ataque y agresividad (que resultan más espectaculares sin importar la justicia de ellos).

Por todo esto, Sartori concluye: "Mi teoría es que informar es comunicar un conte-

¹⁷ Sartori, G.: 1998, p. 71.

²⁸ Sartori, G.: 1998, p. 72.

²⁹ Sartori, G.: 1998, p. 81.

³⁰ *Ibidem*.

nido, decir *algo*. Pero en la jerga de la confusión mediática, información es solamente el bit, porque el bit es el contenido de sí mismo. Es decir, en la red, información es todo lo que circula. Por tanto, información, desinformación, verdadero, falso, todo es uno y lo mismo. Incluso un rumor, una vez que ha pasado a la red, se convierte en información. Así pues, el problema se resuelve vaporizando la noción de información y diluyéndola sin residuo en un comunicar que es solamente «contacto»¹³¹.

3.3. Procesos electorales

La cuestión del influjo de la televisión sobre los procesos electorales es otro aspecto a tenerse en cuenta. Ahora, en pleno imperio del mundo televisivo, las elecciones se convierten en video-elecciones y es necesario determinar hasta qué punto este medio condiciona el voto de los ciudadanos. Si bien Sartori confiesa que no es posible «medir» el influjo de la televisión en los procesos electorales (entre otras cuestiones por la imposibilidad de experiencias contrafácticas), se anima a decir que “en algunos casos es prácticamente seguro que la influencia de la televisión es decisiva”¹³².

Sin embargo, la influencia de la televisión está relativizada por la presencia de otros medios de comunicación: “la televisión influye más cuanto menores son las fuerzas contrarias en juego, y especialmente cuanto más débil es el periódico, o cuanto más débil es la canalización partidista de la opinión pública”¹³³. Si bien es cierto que la televisión no puede generar posiciones políticas en los votantes, sí puede hacer que lo votantes no muy decididos inclinen sus preferencias hacia determinadas opciones: “si nos limitamos a las variaciones de las intenciones de voto, es plausible que en este sentido la influencia de la televisión sea decisiva”¹³⁴.

Si ahora nos abocamos a subrayar cómo ve Sartori la influencia de la televisión en los procesos electorales, en primer lugar deberíamos destacar que ella personaliza las elecciones. Esta personalización tiene relación con la imagen porque ahora lo que importa es la exhibición de las personas, si los rostros son “telegénicos” (si llenan la pantalla) en detrimento de cualquier planteo político conceptual. Además, este proceso de personalización produce un debilitamiento de los partidos organizados de masas, dado que la relación personalizada deja de lado la mediación de los partidos.

Por otra parte, “los políticos cada vez tienen menos relación con acontecimientos genuinos y cada vez se relacionan más con «acontecimientos mediáticos», es decir, acontecimientos seleccionados por la video-visibilidad”¹³⁵. Y no sólo se personaliza y banaliza en términos de candidatos políticos, también aquellos que aparecen en televisión dando su propia opinión están allí por su personalidad, no por su saber al respecto: “Con la televisión las autoridades cognitivas se convierten en divos del cine, mujeres hermosas, cantantes, futbolistas, etcétera, mientras que el experto, la autoridad cognitiva competente (aunque no siempre sea inteligente) pasa a ser una *quantité négligeable*”¹³⁶.

Ya advertimos la importancia política de la democracia, puntualizamos a sus enemigos pero no especificamos al tipo de democracia que Sartori se refiere en su libro. Él

¹³¹ Sartori, G.: 1998, pp. 5-7 (énfasis del autor).

¹³² Sartori, G.: 1998, p. 16.

¹³³ Sartori, G.: 1998, p. 10.

¹³⁴ Ibidem.

¹³⁵ Sartori, G.: 1998, pp. 13-14.

¹³⁶ Sartori, G.: 1998, p. 114.

define "a la democracia como gobierno de opinión"¹³⁷. Correspondería en este punto efectuar algunas reflexiones. Cuando Sartori habla de opinión se refiere a una opinión autorizada, es decir fundamentada por un especialista en el tema, ello, lo deja bien determinado en el párrafo siguiente: "Y sin embargo, es una clara evidencia que los «testimonios» que realmente son útiles provienen sólo de las personas adiestradas en los asuntos de los que hablan. Un músico sabe de música, un matemático de matemáticas, un poeta de poesía (...) En cambio, la vídeo-política atribuye un peso absolutamente desproporcionado, y a menudo aplastante, a quien no representa una «fuente autorizada», a quien no tiene ningún título de *opinion maker*"¹³⁸. Con la cita previa queda claramente establecido que los individuos que pueden opinar sobre el gobierno no son *todos* los ciudadanos. Además es pertinente destacar que las opiniones son manipuladas y hasta inventadas. El autor se pregunta "¿Es eso lo que piensa la gente?" y señala: "tenemos el problema de la fácil manipulación de los sondeos (así como de su institucionalización, que es el referéndum)".

El proceso de personalización es solidario con la emotivización de la política, porque "la racionalidad del *homo sapiens* está retrocediendo, y la política emotivizada, provocada por la imagen, solivianta y agrava los problemas sin proporcionar absolutamente ninguna solución"¹³⁹.

3.4. Cuestiones formales del gobierno

Por último, es necesario destacar que la televisión produce un condicionamiento de las formas políticas mismas. Para Sartori, la democracia representativa no se basa en la información de pueblo porque el pueblo es de una pobreza alarmante, y siempre ha sido así, sino en la información de los que gobiernan. El pueblo no decide, se limita a elegir a quién tomará las decisiones. Sin embargo, en los tiempos que corren pareciera que la democracia representativa ya no satisface y aparecen reclamos de profundizar la democracia a través de formas más directas de gobierno. Sin embargo, Sartori advierte un problema al respecto, para que exista mayor democracia debería haber una mayor formación de los electores: "a cada incremento de demo-poder debería corresponderle un incremento del demo-saber. De otro modo la democracia se convierte en un sistema de gobierno en el que son los más incompetentes los que deciden. Es decir, un sistema de gobierno suicida"¹⁴⁰. Porque Sartori considera necesario que a "cada crecimiento del directismo requiere que el número de personas informadas se incremente y que, al mismo tiempo, aumente su competencia, conocimiento y entendimiento"¹⁴¹.

Pero a esto, comenta Sartori, debe cruzárselo con la cuestión educativa; y la educación es algo que desde hace bastante se encuentra en proceso de decadencia. Además, como "la televisión empobrece drásticamente la información y la formación del ciudadano"¹⁴², resulta así que "el video-ver desactiva nuestra capacidad de abstracción y, con ella, nuestra capacidad de comprender los problemas y afrontarlos racionalmente"¹⁴³. Si a esto se le agrega que la objetividad de la cuestión política también se encuentra en proceso de cam-

¹³⁷ Sartori, G.: 1998, p. 115.

¹³⁸ Sartori, G.: 1998, pp. 114-15.

¹³⁹ Sartori, G.: 1998, p. 116.

¹⁴⁰ Sartori, G.: 1998, pp. 124-25.

¹⁴¹ Sartori, G.: 1998, p. 127.

¹⁴² Ibidem.

¹⁴³ Ibidem.

bio, la resolución de las formas políticas presentes y futuras resulta, en el mejor de los casos, incierta. "De modo que la visión de conjunto es ésta: mientras la realidad se complica y las complejidades aumentan vertiginosamente, las mentes se simplifican"¹⁴⁴

De todo esto podemos concluir que, con un pueblo elector debilitado en su capacidad de entender y de formarse una opinión propia, que además ha volatizado o prácticamente deshecho sus vínculos comunitarios (se vive en una soledad electrónica), no puede sin peligros extremos modificar las formas tradicionales de organización política. "En lugar de disfrutar de una democracia directa, el *demos* está dirigido por los medios de comunicación"¹⁴⁵

¹⁴⁴ Sartori, G.: 1998, p. 128.

¹⁴⁵ Sartori, G.: 1998, p. 130.

CAPÍTULO 3

DISCUSIÓN DE LOS CONTENIDOS

PRIMERA PARTE

1. La primacía de la imagen

En este capítulo se efectúa una lectura crítica de las principales hipótesis que Giovanni Sartori sostiene en su obra titulada *Homo videns, la sociedad teledirigida*, a la luz de los desarrollos aportados por la hermenéutica filosófica, poniéndose en consideración los tópicos básicos de la postura sartoriana, tal como van apareciendo a lo largo de su libro:

La primera cuestión que trata es la de la "primacía de la imagen", como lo que caracteriza centralmente la nueva sensibilidad surgida a partir del reinado de la televisión. El autor comienza el tratamiento de la cuestión con un planteo antropológico, parte de la definición de hombre como *homo sapiens* establecida por Carlos de Linneo en el *Sistema de la naturaleza*, pero inmediatamente traduce esa clasificación por la del animal *symbolicus* de Ernst Cassirer. Este último autor escribe: "El hombre no vive en un universo puramente físico sino en un universo simbólico. Lengua, mito, arte y religión [...] Cualquier progreso humano en el campo del pensamiento y de la experiencia refuerza ese tejido [...] La definición del hombre como *animal racional* no ha perdido nada de su valor [...] pero es fácil de observar que esta definición es una parte del total. Porque al lado del lenguaje conceptual hay un lenguaje del sentimiento, al lado del lenguaje lógico o científico está el lenguaje de la imaginación poética. Al principio, el lenguaje no expresa pensamientos o ideas, sino sentimientos y afectos"¹ Como se puede ver, el propósito que anima la filosofía de Cassirer es la ampliación del programa trascendental kantiano, que resulta en una antropología más abarcadora de matriz cultural: el *zoon logikon* aristotélico es sólo una de las funciones propias del animal *symbolicus*.

Sartori encuentra que el carácter simbólico se pone de manifiesto sobre todo en el lenguaje, de allí que Cassirer haya definido al hombre también como animal *loquax*, y es este su rasgo distintivo y el que lo diferencia de las otras especies. Adviértase que si bien Cassirer otorga un lugar de privilegio al lenguaje, sostiene que las demás formas (el mito, la religión, el arte, el conocimiento teórico), detentan su autonomía y pleno derecho como modalizaciones irreductibles y originarias de la función simbólica. Es notorio que otorgue un lugar al conocimiento teórico fuera del lenguaje, ello se debe a que considera como tal al lenguaje ordinario, de la cotidianeidad, por entender que el lenguaje de la ciencia es de índole técnica y conceptual cuyo modelo es la lógica. Así, el mismo no es —para este autor— lenguaje en sentido estricto, y el parentesco de este último es más cercano a la función del *mythos* que a la del *logos*². En síntesis, cuando Cassirer habla de lenguaje no se está refiriendo ni sola ni principalmente al lenguaje conceptual, que es el que Sartori destaca como el primordial. Gravitan a este respecto algunos supuestos que yacen por debajo de la teorización sartoriana: ciertas concepciones de la imagen y del lenguaje, solidarias entre ellas, que revelan un dualismo de cuño platónico, que se va expresando desde allí en sucesivos pares de conceptos enfrentados: ver/entender, visible/inteligible, ver/pensar, palabra con-

¹ Citado en Sartori, G.: 1998, p.23.

² Cf. Cassirer, E.: *Lenguaje y mito*, traducción de Carlos Gerhard, México, F.C.E., 1975.

creta/palabra abstracta, *homo sapiens/homo videns*.

Siguiendo el razonamiento, Sartori opondrá en esta instancia la palabra con la imagen cuando dice "el lenguaje no es sólo un instrumento del comunicar, sino también del pensar. Y el pensar no necesita del ver"³. Esta es una dicotomía central de toda la obra que el presente trabajo, situado en una perspectiva hermenéutica, rechaza.

Ofrecemos a continuación un breve *excursus* a fin de situar el marco teórico desde el cual se lleva a cabo la interpretación de las tesis centrales de la obra de Sartori. En el mismo se hará una presentación abreviada de la consideración hermenéutica de la imagen.

Excursus: por las obras de H. G. Gadamer 1) *Verdad y método*, Parte I, Capítulo II, punto 5.1. "La valencia óptica de la imagen"; 2) *Arte y verdad de la palabra* y 3) el §32 de *El ser y el tiempo* de M. Heidegger.

a. Sobre el ser contenido en la imagen

En el apartado señalado Gadamer se propone determinar el estatuto ontológico de la imagen. Teniendo en cuenta que esta consideración se formula en el ámbito más amplio del problema del arte como acontecer de la verdad. Advierte de entrada que "la intención del análisis conceptual no es un aporte a la teoría del arte sino que es de naturaleza ontológica"⁴. Comienza diferenciando imagen de copia, resonando en el fondo una crítica a la metafísica platónica⁵: La copia está a merced de lo copiado, esa condición servil se debe a que no tiene otro fin que parecerse al original, pero la imagen es más que una copia, en palabras del autor: "La copia se cancela a sí misma en el sentido de que funciona como un medio, y que como cualquier medio pierde su función en cuanto alcanza su objetivo. En cambio lo que es una imagen no se determina en modo alguno en su autocancelación, porque no es un medio para un fin. Hay aquí una referencia a la imagen misma en cuanto que lo que importa es precisamente cómo se representa en ella lo representado"⁶; no es entonces que la imagen posea menos ser sino que constituye una realidad autónoma: "Cada representación (*Darstellung*) viene a ser un proceso óptico que contribuye a constituir el rango óptico de lo representado. La representación supone para ello un *incremento de ser*. El contenido propio de la imagen se determina ontológicamente como emanación de la imagen original"⁷. El autor hace luego una referencia al empleo que hizo la patrística cristiana de la noción neoplatónica de «emanación», la cual le sirvió para rechazar la hostilidad de la tradición vetero-testamentaria a las imágenes. En lo atinente a la figura de Cristo, interpretaban el milagro de la encarnación de Dios en el Hijo como el reconocimiento de la manifestación visible de lo divino, y agrega que "en esta superación de la prohibición de las imágenes puede verse el acontecimiento decisivo que hizo posible del desarrollo de las artes plásticas en el occidente cristiano"⁸.

Gadamer observa que la relación conceptual platónica entre copia e imagen⁹ no agota

³ Sartori, G.: 1998, pp. 23-24.

⁴ Gadamer, H. G.: *Verdad y Método I*, 1996, Salamanca, Ediciones Sígueme, p.182.

⁵ Platón había confinado la imagen al grado último de conocimiento, en tanto copia de las cosas, que son a su vez copias imperfectas de las esencias puras o ideas.

⁶ Gadamer, H. G.: 1996, p.187.

⁷ Gadamer, H. G.: 1996, p.189 (énfasis del autor)

⁸ Gadamer, H. G.: 1996, pp. 189-190.

⁹ En la epistemología platónica, la imagen (*eikasia*), grado inferior de saber en tanto copia de copia, no se

esta última. Finalmente para dar con el modo de ser de la imagen recurre al concepto jurídico de *representatio*. (El traductor emplea esta palabra latina para referirse al matiz jurídico de la palabra, según la cual el representante está allí y obra por el representado. Otro ejemplo es el de la Trinidad cristiana, Cristo es él mismo Dios, el representante de Dios hecho hombre o la manifestación visible de Dios. Agrega una nota al pie que ilustra óptimamente esta idea: "El cuadro religioso posee así un significado ejemplar. En él resulta claro y libre de toda duda que la imagen no es copia de un ser copiado, sino que comunica ónticamente con él. Si se lo toma como ejemplo se comprende finalmente que el arte aporta al ser, en general y en un sentido universal, un incremento de imaginabilidad. La palabra y la imagen no son simples ilustraciones subsiguientes, sino que son las que permiten que exista enteramente lo que ellas representan"¹⁰ En tanto proceso óntico, la imagen hace que el ser acceda a su manifestación visible y llena de sentido.

La esencia de la imagen estaría –para el autor– entre el signo, como pura referencia a algo, y el símbolo, el puro estar en otra cosa. Se diferencia del signo en que "la imagen no se agota en su función de remitir a otra cosa, sino que participa de algún modo en el ser propio de lo que representa"¹¹. En cuanto a su diferencia respecto del símbolo dice que lo simbolizado es como tal infinito e insensible, pero que sin embargo se deja representar, y es el símbolo quien lo reemplaza y le da una presencia visible, o sea que le cabe también el modo de la *representatio*; pero símbolo e imagen no son lo mismo porque, "cuando el símbolo está ahí, lo simbolizado no lo está *en un grado superior*. Ellos se limitan a sustituirlo [...] En cambio la imagen representa también, pero lo hace por sí misma. Por el *plus* de significado que ofrece"¹².

A los efectos de nuestro tema extraemos del análisis precedente: 1.a. la crítica a la concepción platónica de la imagen: la imagen no es solamente copia; 1.b. que la imagen hace posible que lo que es y no es visible acceda a la visibilidad y exista y 1.c. hay en la imagen un incremento de ser.

b. Sobre palabra e imagen

En el artículo titulado "Oír-ver-leer" en *Arte y verdad de la palabra*, Gadamer reflexiona acerca de la curiosa relación entre estas tres acciones humanas. Retomando a Aristóteles y la proverbial rivalidad entre los sentidos de la vista y el oído, dice que ya el gran filósofo griego había señalado la conexión entre ambos como un fenómeno singularmente humano. En Aristóteles hay todavía cierta oposición, aunque sin embargo son complementarios; para Gadamer la relación es de índole dialéctica: ver y oír son momentos del comprender y forman por lo tanto parte del mismo proceso. No podemos leer si no comprendemos el sentido, del mismo modo que a veces ocurre, cuando hay mucho ruido, "no se comprende la palabra de uno mismo porque *no se puede ver* cómo la recibe el otro"¹³.

De este breve comentario nos interesa destacar 2.a. la conexión interna del ver y el escuchar y 2.b. la inseparabilidad entre el ver y el comprender, que es lo que veremos en nuestra consideración del texto de Heidegger señalado en tercer lugar al comienzo de este

agota en esta especie (copia), se diferencia de las cosas visibles y su modo de aprehensión, al que Platón llamó creencia (*pistis*). Cf. Platón, *República*, 509e a 511d.

¹⁰ Gadamer, H. G.: 1996, p.190 (nota al pie).

¹¹ Gadamer, H. G.: 1996, p. 204.

¹² Gadamer, H. G.: 1996, p. 205 (énfasis del autor).

¹³ Gadamer, H. G.: 1998, *Arte y verdad de la palabra*, Barcelona, Paidós, 1998, p. 69 (nuestro énfasis).

excursus.

c. Sobre el círculo hermenéutico

En el citado párrafo y en el contexto de la analítica del *Dasein*, Heidegger emprende el desarrollo del llamado *círculo hermenéutico*, del que resulta la ontologización del circuito comprensión-interpretación. En él se hace patente la definitiva ruptura del esquema platónico que a lo largo de la historia de la metafísica, y con diversas modalidades, opuso lo visible a lo inteligible: "La interpretación se funda en todos los casos en un «ver previo» que «recorta» lo tomado en el «tener previo» de acuerdo con una determinada posibilidad de interpretación. Lo comprendido tenido en el «tener previo» y visto en el «ver previo» se vuelve, por obra de la interpretación, concebible [...] La interpretación de algo como algo tiene sus esenciales fundamentos en el «tener», el «ver» y el «concebir» «previos»"¹⁴.

De la escueta referencia hecha al §32 de *El ser y el tiempo* agregamos que, ver y concebir no son fenómenos aislados sino que son momentos del comprender-interpretar que está a la base del ser en el mundo.

2. Primacía de la palabra escrita

Retomamos el texto principal de este trabajo como lo habíamos dejado antes del *excursus* intercalado: A continuación, Sartori afirma el privilegio de la palabra escrita como lo que ha hecho posible la civilización: "Las civilizaciones se desarrollan con la escritura, y es el tránsito de la comunicación oral a la palabra escrita lo que desarrolla una civilización [...] El *homo sapiens* que multiplica el propio saber es, pues, el llamado hombre de Gutenberg"¹⁵. Se deja ver en esta aseveración, que tiene su parte de verdad, que el autor delata un desconocimiento de la historia, porque antes de la cultura escrita ha habido en los pueblos una cultura no escrita que es la que ha nutrido a aquélla, en el caso por ejemplo de los griegos, sabemos, gracias a los poetas y también desde luego a la escritura, que se desarrolló una *paideia* sustentada en la memoria y en la transmisión oral. La referencia a un literato, Squarciafico¹⁶, de que la palabra impresa y su abundancia debilitaban la memoria ya había sido formulada por Platón en relación a la palabra escrita¹⁷. Sartori reconoce sin embargo que cada cambio tecnológico ha ocasionado una conmoción y que no sólo ha tenido efectos positivos sino también negativos, generando cierta desconfianza respecto de lo nuevo, pero bajo el criterio del mejoramiento de la vida de los hombres (criterio típicamente ilustrado), encuentra que hay una línea progresiva en los sucesivos avances tecnológicos: la imprenta, las máquinas, el telégrafo, el teléfono, la radio, son inventos cuyo influjo operó en una línea ascendente de mayor bienestar que democratizó y extendió los bienes culturales. El gran cambio de dirección se observa con la llegada de la televisión a mediados del siglo XX: "en la televisión el hecho de *ver* prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la

¹⁴ Heidegger, M.: *El ser y el tiempo*, México, F. C. E., 1971, p. 168.

¹⁵ Sartori, G.: 1998, p. 25.

¹⁶ Sartori, G.: 1998, pp. 29-30 (nota al pie).

¹⁷ A este respecto, quizás sea oportuno señalar que para Platón conocer es recordar. La escritura fue un avance en la civilización pero su lado negativo es que vino a "quebrar" una cultura y a atrofiar algunas funciones, como la memoria.

imagen. Y, como consecuencia, el telespectador es más un animal *vidente* que un animal simbólico¹⁸.

Es decir, que para Sartori la imagen no requiere interpretación sino sólo una recepción pasiva. Sin embargo, no hay tal cosa. El ver es ya un interpretar, como hemos mostrado en el punto 3. del *excursus*, nunca se ve de manera desnuda –por decirlo de alguna manera–, sino que se ve *algo como algo*. Sartori dice que en el caso de la imagen se modifica sustancialmente la relación ver-entender. A esta afirmación diremos que ver-entender no es una relación sino que el «ver previo» y el «concebir previo» son momentos de la estructura de la comprensión (*Verstehen*) del *Dasein*¹⁹. Dando la espalda a la elaboración hermenéutica del lenguaje, Sartori edificará su teoría sobre una concepción abstracta y sensualista de la imagen.

Sartori fundamenta su interpretación del fenómeno de la televisión y sus efectos, en la oposición imagen/palabra y las otras dicotomías conexas. Una vez desmontado el andamiaje teórico que subyace a su concepción de la imagen, queda disuelta la tesis principal del libro, a saber, que al transformarse el medio tecnológico en un medio básicamente visual, se registraría en el hombre una involución, un regreso a una condición anterior al *homo sapiens*, pues al perder la diferencia específica de ser simbólico, retornaría al género animal. No obstante, el mismo argumento sartoriano invalida su posición. Si, siguiendo al propio Cassirer, admitimos que lo característico de la especie humana es la capacidad simbólica, y la imagen, como se vio en el punto 1.a, b. y c. del *excursus*, se ubica ontológicamente por encima del símbolo en tanto en ella se da un *incremento de ser*; entonces la tesis de la antropogénesis regresiva a partir del primado de la televisión ya no se puede sostener, aun cuando fuera posible demostrar que la televisión ha eliminado toda posibilidad de reflexión.

Para intentar comprender la posición desarrollada en *Homo videns*, partiremos de esta cuestión: ¿Por qué la imagen obtura la reflexión? ¿Carece de significado? ¿Quizás el acento esté puesto en el carácter inmediato de la imagen en contraposición a la mediación de la palabra? ¿La inmediatez e instantaneidad de la imagen anulan la distancia que posibilitaría la reflexión? Tales supuestos nos llevarían a concluir que el nivel primario de nuestro encuentro con la realidad, esto es, la percepción, es de índole meramente pasivo, lo cual al menos desde Kant, no se sustenta.

Tampoco para Cassirer existe una captación de la realidad que pudiera ser pura impresión. Para este autor la captación del mundo no es una repetición de lo dado, sino que hay en ella una actividad libre del espíritu. La crítica kantiana de la razón debe devenir crítica de la cultura, y abarcar todas las formas simbólicas, a saber, mito, religión arte, ciencia y lenguaje. Las formas simbólicas son esfuerzos para una tarea, que es la de transformar el mundo pasivo de las meras impresiones en un mundo que se presenta como la manifestación del espíritu.

De ahí que Cassirer no hable de impresión sino de *expresión* (*Ausdruck*), que constituye la primera función de síntesis, en segundo lugar está la *representación* (*Darstellung*) y por último la *significación* (*Bedeutung*). Esta tríada, aunque en diferentes combinaciones, está presente en todas las formas simbólicas. La imagen aparece en el segundo momento, con la representación. Cassirer considera el papel de la imagen en cada

¹⁸ Sartori, G.: 1998, p. 26.

¹⁹ *Dasein* significa existencia, pero Heidegger lo usa en su sentido literal como “ser/estar-ahí”, es el “lugar” ante el cual el ser se manifiesta o des-encubre.

una de las formas: El *mito* ve en la imagen un trozo de realidad sustancial dotada de fuerzas superiores a las cosas. La verdad de la *religión* está sujeta a la existencia sensible de imágenes, pero a su vez las trasciende, avanza hacia una mayor espiritualización, pues se da un conflicto entre el contenido de sentido y la expresión de este contenido en imágenes, busca una reconciliación entre estos dos extremos aunque sin alcanzarla. En el *arte* se encuentra mitigada y neutralizada esa contraposición entre contenido de sentido e imagen que expresa el contenido²⁰.

La orientación fundamental del arte²¹ es el reconocimiento de la imagen como tal, hay un significado inmanente de la imagen, que tiene su propia verdad porque posee legalidad propia. Mientras que el lenguaje y la ciencia son abreviaciones de la realidad, el arte es una intensificación. En el lenguaje y en la ciencia hay un proceso de abstracción; en el arte, de concreción. Lenguaje y ciencia son las principales vías por las cuales determinamos nuestros conceptos del mundo externo, clasificamos nuestras percepciones sensibles y las colocamos bajo nociones y reglas generales a fin de darles un sentido objetivo, y esta clasificación es una simplificación. El arte en cambio busca también la unidad en lo múltiple, pero lo hace con una diferencia de énfasis; mientras la ciencia proporciona orden en los pensamientos, el arte también, pero en la aprehensión de las apariciones visibles, audibles y tangibles. La ciencia indaga cualidades y causas de las cosas; el arte descubre un reino de formas plásticas, musicales y poéticas, y el artista hace reconocibles esas formas. Tal como son descritas en conceptos científicos, las formas de las cosas se reducen a fórmulas simples, que como la ley de gravedad parecen explicar toda la estructura de nuestro universo material, como si la realidad fuera no sólo accesible sino agotable por esas abstracciones. Pero desde el arte esto resulta ilusorio, porque los aspectos de las cosas son innumerables, varían de un momento a otro, y el intento de comprenderlos en una fórmula es vano. Cassirer cita a Goethe, quien dice que el arte no imita la naturaleza sino que tiene su propia profundidad; se da en el arte una fijación de los momentos más altos o superiores de los fenómenos, y no es imitación de las cosas físicas ni mera expresión del sentimiento, sino una interpretación de la realidad a través de formas sensibles, en lugar de formas de pensamiento, a través de intuiciones en lugar de conceptos.

Encontramos entonces que Cassirer, que es una de las fuentes de *Homo videns*, otorga a la imagen un papel preponderante. Es testimonio concluyente de ello el que haya escrito en su consideración del Renacimiento lo siguiente: "En una época en que las formas espirituales dominaban o informaban la vida en todos sus aspectos, en que los pensamientos capitales sobre el puesto del hombre en el mundo, sobre su destino y sobre la libertad manifestaban su influencia hasta en las piezas festivas, en tal época, pues, el pensamiento no podía limitarse a quedar encerrado en sí mismo y aspiraba, por lo tanto, a expresarse en símbolos visibles. Giordano Bruno constituye la expresión más luminosa de esa disposición espiritual y de esa actitud general de la filosofía del Renacimiento. Ya desde sus primeros escritos, desde el libro *De lumbris idearum*, manifiéstase Bruno firmemente convencido de que, a los efectos del conocimiento humano, la idea debe representarse y concretarse en forma de imágenes"²².

En la dirección impresa por Sartori, la impugnación del valor cognitivo de la imagen

²⁰ Cf. Cassirer, E.: *Filosofía de las formas simbólicas*, México, F. C. E., 1992, Volumen II.

²¹ Cf. Cassirer, E.: *Antropología filosófica, un ensayo sobre el hombre*, traducción de Eugenio Imaz del original en inglés, México, F. C. E., 1974.

²² Cassirer, E.: *Individuo y cosmos en la filosofía del Renacimiento*, Buenos Aires, Emecé, 1951, p.101.

conduciría a la impugnación del arte y el consecuente desconocimiento de su potencia plasmadora de sentido. Además, ¿por qué no ubicar la imagen televisiva dentro de la línea de las artes plásticas en lugar de establecer un cotejo con el lenguaje conceptual? Si ni siquiera la percepción es una reproducción de lo dado sino una creación espiritual en tanto porta ya el significado de lo percibido, ¿por qué la pantalla habría de devolvernos una imagen plana de la realidad? Sí podríamos conceder que no estamos en el terreno del concepto sino en el de la intuición, pero esto no deriva necesariamente en una obstrucción de la comprensión sino en otro género de comprensión, no menos pleno y en algunos sentidos más rico y matizado que el que proporciona el conocimiento racional.

Otro de los argumentos de Sartori es que la palabra juega en la televisión un papel secundario respecto de la imagen, que es la que prima. Esto quiere decir que el "oír" y el "ver" operan separadamente y no se interconectan entre sí. Uno no puede concebirse sin el otro; como hemos mostrado más arriba²³, y esto queda claro en el fenómeno de la lectura silenciosa, en el que el milagro de la comprensión nos conduce a la experiencia de oír resonar en nuestro interior las palabras que vamos leyendo. Así como oír y ver son actos simultáneos, también lo son la imagen y la palabra. Es más, cuando vemos imágenes sin palabras, nuestro entendimiento las traduce a palabras para comprenderlas. La imagen, por así decir, "habla por sí misma" y el que la ve, la entiende.

3. El problema del lenguaje

La concepción del lenguaje que anima la interpretación de Sartori limita el lenguaje al lenguaje-palabra, con especial énfasis en la palabra escrita (contrapunto palabra escrita/palabra hablada) y en la palabra abstracta (enfrentada a la palabra concreta²⁴). Diferencia el lenguaje animal del humano por cuanto este último es capaz de reflexión. Afirma que "no sólo el comunicar, sino también el pensar y el conocer que caracterizan al hombre como animal simbólico se construyen *en* el lenguaje y *con* el lenguaje"²⁵. Aquí es difícil advertir si el lenguaje es considerado como un instrumento o no, pero a continuación dice: "El lenguaje no es sólo un instrumento del comunicar, sino también del pensar"²⁶.

El lenguaje es un tema que la hermenéutica filosófica ha atendido de manera preferente. Al abordar el problema de los límites del lenguaje, Gadamer diferencia dos sentidos de lenguaje, uno más amplio y otro más estrecho. En el primer sentido lenguaje sería toda comunicación, no sólo el habla sino también los gestos y ademanes, que juegan en la comunicación entre los hombres; también está el lenguaje animal; e incluso un tipo de comunicación que el hombre mantiene con algunos animales domésticos y que éstos de algún modo, comprenden. En su sentido más estricto, el lenguaje es el formado por palabras. Para Gadamer, siguiendo en esto a Heidegger, el lenguaje no es ni sujeto ni objeto, sino nuestro vínculo con el mundo; o mejor, hay mundo en tanto hay lenguaje que articula sentidos que configuran una totalidad. Por lo tanto el lenguaje no es algo que se agrega a nuestra naturaleza, sino hace a nuestra propia existencia. Nos recuerda que Aristóteles ya había reparado en ello, y comenta así un pasaje de *Política*: "En él se habla de que la naturaleza, en el caso de las aves, ha llegado tan lejos que pueden mostrarse

²³ Cf. capítulo 2, 2.1. y 2.2 y Excursus en el capítulo 3.

²⁴ Sartori denomina así a las palabras que tienen un referente en la realidad empírica.

²⁵ Sartori, G.: 1998, p.24, énfasis del autor.

²⁶ *Ibidem*.

mutuamente mediante señales el peligro o el alimento. Por el contrario, en el caso del hombre, la naturaleza ha dado un paso más. Le ha dado el *logos*, es decir, la posibilidad de mostrar algo mediante palabras. El habla puede representar algo, poner algo ante nosotros, como es, aunque no esté presente"²⁷ La cuestión debatida es aquí cómo debemos entender la célebre definición de hombre como *animale rationale*; al respecto, Gadamer nos dice que fue Heidegger quien señaló el error histórico que significó traducir *logos* por *rationale*: *logos* quiere decir *palabra*, y eso es lo que inequívocamente está diciendo Aristóteles en el pasaje aludido. Pero a continuación, Aristóteles dice que con ello la naturaleza nos ha dado el sentido para lo conveniente o para lo justo. Por lo tanto, decir que la palabra sirve para pensar sería redundante desde esta perspectiva. Su virtud de ser aquello que permite discernir lo justo y lo conveniente, quiere decir para Gadamer, que la palabra nos da la posibilidad de la previsión respecto de las consecuencias de nuestros actos, la palabra "prevé" o ve antes, por eso el *zoon logikon* (el ser vivo dotado de palabra) se inserta en la *polis* y es, al mismo tiempo y precisamente por ello, *zoon politikon*.

4. ¿Progreso o regreso?

En el capítulo cuarto de la investigación de Sartori se presenta la pregunta acerca de si la televisión representa un progreso y la respuesta de este autor es que ello depende del significado que se le atribuya al término. Si el progreso se entiende, según su etimología, como una "marcha hacia adelante", entonces habría que reconocer que sí, que la televisión ha significado un avance, que hay un desarrollo "cuantitativo" que es indudable. Pero si por progreso se entiende "un crecimiento de la civilización, un avance hacia algo mejor, es decir, una mejora", un desarrollo cualitativo, entonces la respuesta de Sartori es negativa, porque una mejora cuantitativa "no es por sí misma una mejora [cualitativa], (...) y, por tanto, [no es] un progreso en sentido positivo y apreciativo del término"²⁸. De un crecimiento cuantitativo no siempre se puede inferir un avance "cualitativo". En la primera significación se habla de un progreso cuantitativo y en la segunda de un progreso cualitativo y sólo en el segundo caso habría una mejora, una valoración positiva de los hechos posteriores respecto de los anteriores. Para poder determinar si hay un progreso efectivo o no, es necesaria una valoración.

En este sentido "positivo y apreciativo" sólo cabe hablar de progreso cuando ha habido un crecimiento cualitativo, puesto que cuando se dice, por ejemplo, que "ha progresado la epidemia" o que "ha crecido la violencia", no se lo entiende como una mejora o un avance hacia algo mejor. Para ejemplificar el progreso meramente cuantitativo, con una valoración negativa, Sartori menciona los casos de un tumor y una epidemia, donde lo que progresa es el mal, la enfermedad y, en consecuencia, no se produce una mejora de la situación. Algo análogo ocurriría con la televisión: se ha extendido cuantitativamente, cada vez más gente tiene acceso al medio, sin embargo, ello no redundaría en un avance cualitativo, en una mejora en la capacidad de entendimiento o de mayor libertad. El progreso cuantitativo es sólo un "crecimiento" (no necesariamente "bueno"), es un progreso en la "extensión, un mayor tamaño o penetración"²⁹ del medio televisivo³⁰.

²⁷ Gadamer, H. G.: 1998, pp. 133-324.

²⁸ Sartori, G.: 1998, p. 41.

²⁹ *Ibidem*.

³⁰ La formulación es ambigua con relación al parámetro que sirve como criterio para evaluar el progreso cuantitativo. Por un lado se podría comparar la televisión con otros medios (los diarios, los libros, la radio, el

Más allá de las imprecisiones terminológicas, lo que ha quedado sin discutir es la distinción misma entre lo cuantitativo y lo cualitativo. Lo que distinguiría a lo cualitativo es que es un crecimiento substancial, "en sentido positivo y apreciativo del término. [...] Algo se considera progreso sólo si el *contenido* de esa difusión es positivo, o al menos no da *pérdidas*, si no está ya en pérdidas"³¹. Si lo decisivo es la determinación de ganancias o pérdidas, entonces lo cualitativo se reduce a lo cuantitativo. Si lo decisivo se pone en la valoración positiva del contenido, entonces toda la discusión remite a la explicitación de los criterios de valoración. ¿Cuál es el criterio de valoración? El criterio pareciera ser el incremento o la disminución de la capacidad de entender.

Cuando Sartori dice que hay progreso si la extensión "no da pérdidas", puede entenderse en relación a la calidad de la transmisión: como la televisión convierte toda información en espectáculo, entonces habría una pérdida anterior a la transmisión. Es esto lo que produce una disminución en la capacidad de entender del espectador. Si se confrontase este proceso con el del libro se podrían apreciar más claramente las diferencias a las que se refiere Sartori. Por ejemplo, la difusión de la Biblia por Lutero no puede ser considerada una pérdida en estos términos. En este caso, el crecimiento cuantitativo no afectaría lo cualitativo. Por el contrario, en el caso de la televisión, el aumento de la cantidad es inversamente proporcional al aumento de la cualidad: "Admitamos que la televisión informa todavía más que la radio, en el sentido de que llega a una audiencia aún más amplia. Pero la progresión se detiene en este punto. Porque la televisión da *menos* informaciones que cualquier otro instrumento de información"³².

5. Confusiones múltiples

Es necesario advertir, además, que el discurso de Sartori confunde contenido y género. El contenido es visto como un género. Al afirmar que "la información se convierte en espectáculo" se piensa en un contenido particular, pero la información es un género, es una "forma". Para Sartori, la televisión tiende a convertir en espectáculo todo contenido, disolviendo los distintos géneros en el género único del espectáculo. Esto se puede ver en el ejemplo de la Biblia. Ésta es un contenido que la reproducción mecánica de la "forma" impresa no altera en nada. En consecuencia, hay un aumento cuantitativo sin "pérdida" cualitativa. ¿Qué ocurre si se reproduce cuantitativamente una obra de mala calidad? ¿Hay o no hay pérdida? En un sentido no la hay, porque el mal contenido que estaba en pocos ejemplares se ha multiplicado a muchos sin que se convierta en algo mejor o peor. Si con la televisión ocurriese lo mismo que con la imprenta, tampoco habría pérdida. Es decir, que en términos de contenido da lo mismo un pequeño número que un gran número. El problema de la televisión consiste en que la difusión masiva implica al mismo tiempo un cambio cualitativo: todo se convierte en "espectáculo". En el caso de la televisión, lo que se empobrece es el "género" información al transformarse en "espectáculo". Los ejemplos que da Sartori de pérdida de contenido son en realidad pérdida de género. Cuando un género se confunde con otro, cuando la televisión se confunde con el espectáculo, hay una "pérdida". Si la televisión fuese capaz de transmitir lo mismo que transmite el diario o el libro (y *ade-*

cine) y, por otro lado, se la podría comparar consigo misma, con sus propios desarrollos o progresos anteriores.

³¹ Sartori, G.: 1998, p. 42 (énfasis nuestro).

³² Sartori, G.: 1998, p. 81 (énfasis del autor).

más le agregase imágenes o ilustraciones visuales), para Sartori, no implicaría una pérdida. El problema, desde su punto de vista, no reside en la pura imagen, sino en que esa imagen, como espectáculo, gobierna. El problema es que "la televisión transforma todo en espectáculo" y, al hacerlo, cambia radicalmente la valoración³³.

Advirtamos aquí que al sobredimensionar el fenómeno televisivo, Sartori confunde problemas propios de una sociedad de masas (producción en masa, aumento del consumo en sectores que tradicionalmente tienen un consumo reducido, la masificación de la información, etc.) como si fuesen efectos de la televisión. Pareciera que un aumento cuantitativo de la información implica necesariamente una degradación de la calidad, porque para que más gentes entiendan una información los contenidos tienen que ser más "lavados", tienen que estar más estandarizados. Sartori lo dice a propósito de la radio: "como la radio habla también para los que no leen debe simplificar más y debe ser más breve, al menos en los noticiarios"³⁴. Estos procesos de masificación, estandarización, homogeneización y reducción de las diferencias, ya habían sido percibidos por John Stuart Mill y Alexis de Tocqueville a mediados del siglo XIX, pero con efectos contrarios a los denunciados por Sartori. Tocqueville cree que estos hechos benefician a la forma de vida democrática porque promueven la igualdad y el desarrollo de otra forma de pensamiento. Habermas agregaría que no hay que olvidar que los medios están sujetos al mandato de la información: aun cuando pueda ser denigrada no se puede obviar la información de determinados temas que están en las gentes. Por otro lado, tampoco hay que olvidar la relación entre los distintos medios. El que mira televisión, ¿sólo mira televisión o ésta es una vía de información suplementaria a la que obtiene de los otros, de la radio, de los diarios, etc.?

En todas las referencias y ejemplificaciones permanece ambigua la cuestión de si la espectacularidad de la televisión es *esencial* o si es un fenómeno contingente. Si fuese un rasgo esencial no podría ser revertido y, en consecuencia, Sartori tendría que ser pesimista sobre los efectos de sus advertencias. Como el prefacio había adelantado: "espero poder asustar lo suficiente a los padres sobre lo que podría sucederle a su video-niño, para que así lleguen a ser padres más responsables. (...) Tengo fe en una escuela apta para oponerse a ese postpensamiento que ella misma está ayudando a crear. Tengo la esperanza de que los periódicos sean mejores y, a la postre, *que la televisión también lo sea*"³⁵, hay que suponer que Sartori no piensa que la televisión sea *esencialmente* espectáculo o degradación y que no pueda cambiar o mejorar. Sin embargo, al afirmar la primacía de la imagen en la televisión y que todo lo convierte en espectáculo, el planteo se hace confuso y ambiguo y cuando se sostiene que este rasgo no es compartido por la imprenta, por los periódicos o los diarios -ni siquiera por la radio o el cine-, pareciera suponerse que ello es esencial a la televisión³⁶.

³³ "No obstante -dice Sartori-, si la televisión transforma todo en espectáculo, entonces la valoración cambia" (Sartori, G.: 1998, p. 42).

³⁴ Sartori, G.: 1998, p. 81.

³⁵ Sartori, G.: 1998, pp. 12-13. Cf. Sartori, G.: 1998, p. 139-140, donde se sostiene que "en la televisión más que en ningún otro medio es el productor el que produce al consumidor".

³⁶ "Por tanto, la fuerza de la televisión -la fuerza de hablar por medio de imágenes- representa un problema. Los periódicos y la radio no tienen el problema de tener que estar *en el lugar de los hechos*. Por el contrario, la televisión sí lo tiene; pero lo tiene hasta cierto punto. No hay y no había ninguna necesidad de exagerar; no todas las noticias tienen que ir obligatoriamente acompañadas de imágenes. La cuestión de estar en el lugar de los hechos es, en parte, un problema que se ha creado la propia televisión (y que le ayuda a crecer exageradamente).

"Aún recordamos que durante algún tiempo los noticiarios de televisión eran fundamentalmente lecturas de estudio. Pero después alguien descubrió que la misión, el deber, de la televisión es «mostrar» las cosas de las

Cuando se afirma que el problema es la primacía de la imagen en oposición a la escritura, se está sosteniendo una postura esencialista, que supone que la escritura, aunque trate de manipular (como en la prensa amarillista) no logra hacerlo, porque el texto escrito *implica* un lector crítico. Tanto el supuesto esencialista como el supuesto ilustrado que subyacen ambiguamente en las hipótesis de Sartori fueron analizados en nuestras investigaciones anteriores, por lo que no nos detendremos aquí en su análisis o refutación.

Sartori admite que se trata de un fenómeno ambiguo, que la televisión beneficia y perjudica. En cuanto al incremento de la satisfacción, de la gratificación, del entretenimiento y la diversión, del "espectáculo", la televisión representa un progreso para el *homo ludens*, para "el hombre como animal que goza"³⁷. Sartori reconoce también que la televisión implica un progreso en la estimulación: "Hasta el siglo XX, las tres cuartas partes de los seres vivos estaban aislados y adormecidos en sus pueblos (como máximo en sus pequeñas ciudades). Ahora a todos nosotros, casi seis mil millones de personas, nos despiertan o nos pueden despertar"³⁸. ¿Qué significa aquí "despertar"? Otra vez se recurre a la ambigüedad: por un lado, "despertar" es utilizado en un sentido literal, como el despertar del sueño nocturno al sonido de un despertador (radio, televisión); por otro lado, *despertar* se utiliza en un sentido *ilustrado*, como el superar los sueños y las ilusiones, el aislamiento y el encierro tribal/medieval, y adquirir mayor conciencia³⁹. Pero también en este aspecto, Sartori advierte "una regresión fundamental: el empobrecimiento de la capacidad de entender"⁴⁰.

6. Corolarios

Antes de contrastar las hipótesis centrales ("la televisión transforma todo en espectáculo" y "la televisión genera el empobrecimiento de la capacidad de entender") es necesario señalar algunos corolarios de las premisas aceptadas por Sartori. Por un lado, introduce la categoría de *homo ludens* sin definirla o precisarla y sin que se establezcan conexiones con las categorías antes mencionadas de *homo sapiens*, *animal symbolicum*, *animal loquax* y *homo videns*. En este sentido, primero se habla de *homo ludens*, lo cual indica que se trata de una característica esencial del ser humano (*homo*) y después se habla del "animal que goza", sin que quede claro si los otros animales también participan de esta esencia. Por otro lado, parecen ignorarse los avances producidos por la hermenéutica, que tienen raíces en la antigüedad clásica (Aristóteles), en la comprensión de este rasgo esencial del ser humano. Dentro de la tradición hermenéutica, Hans Georg Gadamer atribuye la capacidad del juego no sólo al hombre sino también a los animales, a todos los seres vivos. El juego es una característica de lo viviente, no solamente del hombre. Si bien es cierto que el juego se da también en el animal, el juego humano es mucho más complejo porque supone reglas artificiales. Gadamer analiza la obra de arte desde la triple perspectiva del juego, el símbolo y la fiesta⁴¹. La obra de arte es juego en tanto cada espectador es cojugador y va descubriendo

que se habla. Y este descubrimiento señala el inicio de la degeneración de la televisión" (Sartori, G.: 1998, pp. 81-82).

³⁷ Sartori, G.: 1998, p. 42.

³⁸ Sartori, G.: 1998, pp. 42-43.

³⁹ Hay que observar, no obstante, que en cuanto al aislamiento y al tribalismo, el proceso de planetarización del capitalismo desde el siglo XVI generó un despertar anterior al que ahora incita la televisión.

⁴⁰ Sartori, G.: 1998, p. 43.

⁴¹ Gadamer, H. G.: *Actualidad de lo bello*, Buenos Aires, Paidós, 1998.

las reglas a partir de las cuales fue construida la obra. El disfrutar de una obra artística es una acción de interpretación fuerte. Esto está magníficamente expresado en la película *Un hombre llamado Viernes*: un náufrago europeo y un aborigen negro se encuentran en una isla desierta. El primero propone una carrera y el otro accede. El europeo dice: "Yo gané porque llegué antes", y el otro replica: "Gané yo porque corrí de manera más elegante". Cada uno había puesto sus propias reglas en el juego. Entonces, el europeo aclara que la regla de la carrera consiste en llegar antes y propone realizarla nuevamente. Antes que se diera la orden de largada, el negro corre hacia la meta y llega primero, diciendo que ahora había ganado porque llegó antes a la meta, a lo cual el europeo replica que las reglas prohíben comenzar a correr antes de que se dé la orden. Como advierte Gadamer, el jugador humano reformula las reglas constantemente. El juego consiste en interpretar las reglas y crear dentro de las reglas. Cuando se contempla la obra de arte, no hay reglas establecidas de interpretación como tampoco hay reglas establecidas para la creación. Es necesario en cada caso recrear las propias reglas del juego. Todos estos elementos escapan al análisis de Sartori, quien ubica al juego en un lugar meramente negativo, ajeno a la seriedad del entendimiento.

En la distinción del significado del concepto de progreso cuantitativo y progreso cualitativo, Sartori parece ignorar los desarrollos teóricos debidos a las investigaciones dialécticas tanto idealistas como materialistas. En este sentido, es posible ensayar una defensa de la tesis de que el progreso cuantitativo de la televisión es ya un progreso cualitativo. Cuando Hegel habla de la escolástica, de las discusiones bizantinas, de la difusión escolar de Aristóteles, etc., advierte que todo ello, visto desde la historia del concepto, no significa nada; que no implica ningún *progreso* en el desarrollo de la Idea. Sin embargo, visto desde el trabajo intelectual que implica el ordenamiento, la discusión, el copiado de los textos, etc., es un proceso absolutamente necesario. Análogamente, el progreso de la televisión se basa precisamente en lo que muchos "ilustrados" critican: la televisión se multiplica y llega a las diversas regiones (en la Puna o en Tierra del Fuego) y en los diversos sectores sociales (está en las "villas miseria"). Claro que estos autores suponen que la gente es estúpida y que no es capaz de discernir nada de lo que la televisión difunde. Si esta suposición fuese correcta, la televisión podría cumplir la función disciplinaria que en otro tiempo se le atribuyó al clero y a la iglesia. En *Apocalípticos e integrados*, Umberto Eco señala el ejemplo de una campaña de publicidad para vender aspiradoras que resultó en un movimiento de mujeres que lucharon por aliviar las tareas domésticas en las que se veían oprimidas⁴².

Por otra parte, no hay que dejar de tener en cuenta el poder formativo y cultural de las imágenes, el que no siempre está relacionado con la lectura o la abstracción cognoscitiva. Los cristianos medievales que iban a la catedral gótica y veían los vitrales y las imágenes de los santos no podían leer porque eran iletrados. Eran las imágenes las que les permitían tener algún concepto cristiano, pero no se trataba de una imagen abstracta sino que suponía una cultura cristiana: la visita a la catedral estaba ritualizada, el creyente venía *sabiendo algo*, era analfabeto pero no ignorante o inculto. Análogamente, la relación entre televisión (imagen) y televidente-(creyente) nunca es abstracta sino que está siempre enmarcada en una cultura, en un mundo.

Todos los elementos considerados negativos pueden ser revertidos: la imagen permite el gesto; el gesto posibilita códigos de lectura más profundos que la simple articula-

⁴² Cf. Eco, U.: *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Editorial Lumen, 1993, p. 43.

ción escrita; la instantaneidad evita el armado previo... Así también, la difusión, la cantidad de información, no es meramente lo contrario del mejoramiento cualitativo. Desde los mismos supuestos iluministas de Sartori podría sostenerse que la extensión de la información es ya una mejora, porque el objetivo principal del iluminismo es que las gentes puedan tomar decisiones libremente, con autonomía⁴³, y para ello necesitan información. El desarrollo de la información es un elemento cualitativamente diferenciador. No es solamente cuantitativo. Si se objeta que la información no es en sí misma entendible para todo el mundo, habría que observar que esto es una condición de todo tipo de información. La difusión de la información contenida en la *Enciclopedia*, por ejemplo, tampoco es inmediatamente entendible: se requiere saber leer, se necesitan saberes previos. Hay aquí una incoherencia con los propios supuestos ya que para el iluminismo todo proceso de divulgación de la información es un progreso positivo, cualitativo.

Llama la atención que Sartori no discrimine el *ver* del *mirar*. Dice que la gente *ve* televisión y no que la gente *mira* televisión. No se aprecia la dimensión subjetiva que hay en relación con el que mira. El ver es un captar, es la sensación de la imagen impresa en la conciencia, un reflejo de lo visto en la mente de persona. Pero el mirar está más allá del ver.

Podríamos proponer, por nuestra parte, un significado del *progreso* más interesante: progreso es todo aquello que posibilita un crecimiento en las capacidades sensibles, productivas o creativas del ser humano. Aquí es necesario considerar dos cosas: 1) no es lo mismo un crecimiento cuantitativo que un crecimiento en red, de interconexiones. La red no es meramente cuantitativa, aunque ya el incremento de la información es un incremento cualitativo de la experiencia. 2) si entendemos la televisión como arte (y no meramente como espectáculo) y como desarrollo de la creación y potenciación de formas de vida nuevas y superiores, la valoración cambia.

7. Las hipótesis principales

Volvamos a la hipótesis principal que afirma que "la televisión genera el empobrecimiento de la capacidad de entender". Ella se sostiene sobre el supuesto de que "el *homo sapiens* debe *todo* su saber y *todo* el avance de su entendimiento a su *capacidad de abstracción*"⁴⁴. Sartori concibe al entendimiento como la capacidad de los conceptos puros *a priori*. Para él, los conceptos empíricos se reducen a aquellos que tienen un "correlato en cosas visibles, y cuyo significado no se puede trasladar ni traducir en imágenes"⁴⁵. Esta distinción tiene un fundamento en la crítica kantiana sólo en apariencia, ya que no reconoce los conceptos empíricos sino solamente los conceptos puros y las representaciones (que no son conceptos).

Pareciera que, para Sartori, los conceptos son elaborados a partir de una abstracción, que podrían no tener correlato alguno con lo visible. Se podrían hacer inferencias sin nece-

⁴³ "Cuando la opinión pública se plasmaba fundamentalmente en los periódicos, el equilibrio entre opinión autónoma y opiniones heterónomas (heterodirigidas) estaba garantizado por la existencia de una prensa libre y múltiple, que representaba a muchas voces. (...) El problema surgió con la televisión, en la medida en que el acto de ver suplantó al acto de discurrir. (...) Con la televisión, la autoridad es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen. (...) Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve" (Sartori, G.: 1998, pp. 71-72).

⁴⁴ Sartori, G.: 1998, p. 45. Énfasis nuestros. Más adelante sostiene: "Toda nuestra capacidad de administrar la realidad política, social y económica [¿y cultural?] en la que vivimos, y a la que se somete la naturaleza del hombre, se fundamenta *exclusivamente* en un *pensamiento conceptual*..." (p. 46, énfasis nuestros).

⁴⁵ *Ibidem*.

sidad de recurrir a lo visible para poder elaborar conceptos. Como ejemplo menciona el concepto de justicia que no tendría ningún correlato con lo visible. Como la televisión está atada a las imágenes no puede remontarse a la abstracción. La concepción que Sartori tiene del conocimiento es, en el sentido hegeliano del término, "abstracta", porque supone que la capacidad de abstracción del entendimiento funciona con total independencia de los datos empíricos o de la percepción visual, como si el entendimiento se pudiera desarrollar sin una previa percepción o si tuviera algún valor sin la percepción y la experiencia. Es cierto que el conjunto de la experiencia no puede reducirse al ver pero tampoco es posible el entendimiento sin la experiencia, sin la cultura, sin el contexto.

El esquema gnoseológico de Sartori tiene algunas semejanzas con la descripción aristotélica de los grados de conocimiento. El conocimiento comienza con las sensaciones, a partir de las cuales se abstraen los conceptos generales, dando comienzo al conocimiento científico. Es este aristotelismo el que le hace pensar que el ver no es ver la cosa sino una imagen proyectada. En este sentido, en la televisión se produciría una falta de anclaje, tanto de ida como de vuelta: las imágenes no forman conceptos abstractos y los conceptos no permiten una relectura de las imágenes. La imagen televisiva rompe el proceso natural del conocimiento científico, generando una separación del mundo sensible y el mundo inteligible: "Así, pues, en síntesis, todo el saber del *homo sapiens* se desarrolla en la esfera de un *mundus intelligibilis* (de conceptos y de concepciones mentales) que no es en modo alguno el *mundus sensibilis*, el mundo percibido por nuestros sentidos. Y la cuestión es ésta: la televisión invierte la evolución de lo sensible en inteligible y lo convierte en el *ictu oculi*, en un regreso al puro y simple acto de ver. La televisión produce imágenes y *anula los conceptos*, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender"⁴⁶.

Todo este esquema parece ignorar cómo procede la ciencia real, ya que ésta se vale de lo sensible, de las imágenes, de las representaciones y de los símbolos tanto como de los conceptos. Por otro lado, parece suponerse que el desarrollo de la cultura está supeditado exclusivamente al desarrollo del conocimiento científico (o de cierta concepción del conocimiento científico) ignorando los avances relacionados con el arte, la religión o las creencias. Sartori piensa la civilización actual como una civilización técnico-científica⁴⁷ en la que los conceptos teóricos aparecen como fundantes de la práctica (o sea de la acción y de la moral). Incluso podría entenderse esta concepción a la manera heideggeriana donde hay un universo tecnocientífico que genera modos de acción. Las imágenes no explican: "La imagen de un hombre sin trabajo no nos lleva a comprender en modo alguno la causa del desempleo y cómo resolverlo"⁴⁸. Siguiendo los presupuestos del Iluminismo, Sartori sostiene que los primitivos son primitivos porque "no se movieron de sus aldeas y organizaciones tribales" ni han desarrollado el lenguaje abstracto, los conceptos y el conocimiento científico, es decir, "la capacidad científico-cognoscitiva".

Por su parte Cassirer advierte que el Renacimiento es impensable sin la imagen, que todo su proceso cultural e intelectual estuvo estrechamente ligado a la cultura de la imagen. La imagen es una forma de simbolización humana y cultural que no se ha originado con la televisión sino que data una capacidad profundamente humana. Para Cassirer, en el mito, en

⁴⁶ Sartori, G.: 1998, p. 47 (énfasis nuestro).

⁴⁷ Cf. Sartori, G.: 1998, nota 15, p. 47.

⁴⁸ Sartori, G.: 1998, p. 47. En rigor, tampoco el concepto por sí solo explica nada. Una explicación necesita proposiciones y razonamientos, además de conceptos.

el arte, en las formas simbólicas existe una relación muy estrecha entre el concepto y la imagen, en la cual se da una intensificación del sentido, la que no podría ser caracterizada como un "empobrecimiento" en ningún sentido. La intensificación se produce a causa de que la relación entre la imagen y el concepto es más estrecha, generándose una condensación del sentido. No se trata de empobrecimiento sino de otro modo de significar.

Las palabras abstractas (conceptos) traducibles en imágenes lo son sólo a costa de una "distorsión" no logrando más que un "sucedáneo infiel y empobrecido" del concepto. Aparece aquí el concepto ilustrado y marxista de ideología, tal como lo hemos delimitado en nuestra investigación anterior, como falsificación, distorsión, deformación de la verdad. La deficiencia de las imágenes consiste, según Sartori, en que no nos conducen a comprender las causas que hacen que la realidad sea como es vista en las imágenes. Esto es así y acordamos en ello. Pero tampoco el concepto nos lleva necesariamente a la comprensión de las causas. Por ejemplo, toda la crítica de Kant a Hume pretende mostrar que este último no ha dado cuenta de las verdaderas causas del conocimiento científico. Análogamente, la crítica de Marx a los economistas políticos británicos muestra que los conceptos de éstos son ideológicos en la medida en que ocultan las verdaderas causas del orden social y político vigente.

En el capítulo 6 Sartori construye argumentos contra aquellas posturas que pretenden rebatir sus hipótesis. Señalan algunos que la televisión debe ser aceptada porque es inevitable, pero Sartori muestra que hechos inevitables como la contaminación del ambiente o la carrera por la supremacía nuclear fueron y son combatidos. De aquí se infiere que es posible transformar, mejorar y otorgarle un sentido positivo a la televisión si cambiaran algunas condiciones, lo cual no implica una postura esencialista respecto del medio. No obstante, los ejemplos que Sartori señala son nocivos *en sus efectos* y no *en sí mismos* como sería el caso de la televisión.

El contraargumento que Sartori considera más importante es el que sostiene que el concepto y la imagen "no se contraponen" sino que se refuerzan e integran. Sin embargo, señala Sartori, los hechos contradicen la supuesta integración armónica de los conceptos y las imágenes. Los datos estadísticos mostrarían que "el hombre que lee está decayendo rápidamente". Si bien es cierto que la imagen y la palabra no se contraponen, el hecho es que la imagen está remplazando rápidamente a la palabra: cada vez hay menos publicaciones, cada vez hay menos lectores, cada vez hay menos discusión pública. Utilizando las mismas objeciones de Sartori, podría argumentarse que si las imágenes por sí solas no explican nada, tampoco los datos estadísticos por sí solos explican⁴⁹. Los mismos datos podrían ser interpretados de otras maneras. Dice, por ejemplo: "En España como en Italia, un adulto de cada dos no lee ni siquiera un libro al año", pero no se dan datos de lo que ocurría *antes* de que apareciera la televisión o en el siglo pasado cuando la mayoría era analfabeta. O también: "En los Estados Unidos, entre 1970 y 1993, los diarios perdieron casi una cuarta parte de sus lectores", sin que haya datos sobre qué es lo que ha pasado con los diarios nuevos o con las nuevas publicaciones en revistas o libros, o con los nuevos soportes para la misma información, ni qué pasa con las lecturas en las bibliotecas.

Los datos que fundamentarían esta interpretación son que ha disminuido la lectura y ha aumentado la sesión televisiva, pero estos datos podrían señalar solamente que unas representaciones (las televisivas) han suplantado otras (las periodísticas y literarias). Por otro

⁴⁹ Más aún, el mismo Sartori condena la interpretación a la ligera de los datos estadísticos y la confianza acrítica en lo que los mismos muestran.

lado, la televisión no explica las imágenes o las explica insuficientemente y toda imagen "debe ser explicada"⁵⁰. Pero, ¿por qué las imágenes deben ser explicadas? ¿Acaso las obras de arte se explican?

No obstante, las contraargumentaciones de Sartori no responden a lo fundamental de la tesis que pretenden refutar. Esta tesis sostiene no solamente que imagen y palabra no se contraponen sino que son sintetizables, son relaciones dialécticas. "*Cuentas aparte* -dice Sartori-, tenemos el *hecho* de que la imagen da, por sí misma, *casi ninguna* inteligibilidad"⁵¹. Es decir, más allá de los datos estadísticos que pueden ser interpretados, hay un hecho, que es evidente y no puede ofrecer margen a la interpretación, las imágenes contienen muy poca inteligibilidad por sí mismas. Pero con esta lectura, Sartori se desliza hacia otro problema, aunque pretende eludirlo: la televisión no es un medio de puras imágenes.

El cuarto contraargumento que Sartori enfrenta sostiene que aun admitiendo que el acto de ver empobrece el entendimiento, tal empobrecimiento se halla ampliamente compensado por la difusión del mensaje y por su accesibilidad para la mayoría de las personas. Sartori retoma aquí la distinción entre el crecimiento cuantitativo y el progreso cualitativo. "Por tanto, la conclusión vuelve a ser que «un conocimiento mediante imágenes» no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y que, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo"⁵². Lo que se presenta como conclusión de un razonamiento no es más que un supuesto no criticado, de manera que se incurre en *petitio principii*. Podrá admitirse que la difusión de la televisión no sea un progreso cualitativo, pero de allí no se desprende que el conocimiento mediante imágenes no es saber. Mucho menos se sigue de allí que la difusión televisiva *erosione* los contenidos del saber.

El quinto y último argumento contra las tesis sartorianas sostiene que aun admitiendo la validez de las críticas, éstas sólo cuestionarían a la televisión pero no el "mundo intermedial" de las redes cibernéticas. Sartori responde a este argumento en el último capítulo de la primera parte de su investigación. La diferencia decisiva estaría en que el televidente es pasivo mientras el mundo multimedia es interactivo y polivalente. Aun concediendo que el ordenador es superior a la televisión ya que "es una máquina mediante la cual pensamos, y que modifica nuestro modo de pensar"⁵³, hay que advertir que de la superioridad de la máquina no se deriva que el ordenador vaya a reemplazar a la televisión. Se trata de una superioridad en cuanto al protagonismo y no de una superación. Este argumento fue desechado por el mismo Sartori cuando se utilizó para subrayar que la televisión no ha reemplazado a los otros medios sino que los complementa o suplementa. No hay razones para que en un caso se considere válido pero en el otro no.

Sartori admite que el problema decisivo es "si Internet producirá o no un crecimiento cultural"⁵⁴. Nuevamente, se responde con una petición de principio: "el *homo videns* ya está formado cuando se enfrenta a la red". Negroponte, por el contrario, sostiene que "la clave para el futuro de la televisión, es dejar de pensar en la televisión *como* televisión [co-

⁵⁰ Sartori, G.: 1998, p. 51.

⁵¹ *Ibidem* (énfasis nuestros).

⁵² Sartori, G.: 1998, p. 52.

⁵³ Sartori, G.: 1998, p. 53. Estas afirmaciones que Sartori toma de Nicholas Negroponte pondrían a las computadoras en un lugar semejante al que el primer autor citado asigna a la televisión como inflexión en el modo de ser del hombre. Sin embargo, mientras Sartori asigna una valoración negativa y regresiva a los efectos de la televisión, Negroponte cree que la "era digital" tendrá una valoración positiva y progresiva en lo que se refiere a la personalización y humanización de los procesos.

⁵⁴ Sartori, G.: 1998, p. 55.

sa que Sartori no deja de hacer]. El mayor beneficio para la TV se logrará considerándola en términos de bits⁵⁵, es decir, unidades de información⁵⁶. Y más adelante agrega, desde una perspectiva exactamente opuesta a la de Sartori: "Entrar en la digitalización cambiará la naturaleza de los medios masivos: en lugar de bombardear a los usuarios con bits, se permitirá a la gente (o a sus computadoras) bajarlos a voluntad. Éste es un cambio radical, porque todo nuestro concepto sobre medios tiene capas sucesivas de filtrado, que reducen información y entretenimientos a una colección de historias de primera plana o *best-sellers* que son lanzados sobre los diferentes públicos. Las empresas de medios se están volcando más y más hacia la atención de un mercado segmentado, como por ejemplo el negocio de las revistas especializadas, que inundan con bits a grupos de intereses sectorizados, como, por ejemplo, fanáticos del automovilismo, esquiadores alpinos o amantes del buen vino"⁵⁷.

El segundo argumento de Sartori es cuantitativo: "¿cuántos lograrán esto [acceso a la red]?", dando por sentado que serán los menos. Negroponte opina lo contrario: "En el año 2000, habrá más gente entreteniéndose en la Internet que la que hoy en día mira las redes de televisión. [...] La comunidad usuaria de la Internet estará en el centro de vida cotidiana. Su composición demográfica será cada vez más similar a la composición demográfica del mundo mismo. Tanto Minitel, en Francia, como Prodigy, en los Estados Unidos, han comprobado que la más utilizada de las aplicaciones de las redes, es el correo electrónico. El verdadero valor de una red tiene que ver menos con información y más con la *comunidad*. La superautopista de la información es más que un simple atajo hacia todos los libros de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos. Es *crear una estructura social global*, del todo nueva"⁵⁸.

⁵⁵ Negroponte, N.: *Ser digital*, Buenos Aires-México-Santiago de Chile, Editorial Atlántida, 1995, p. 56 (énfasis nuestro). "Los productos de multimedia incluyen la televisión interactiva y las computadoras con capacidad de video. Como ya se dijo, la diferencia entre ambos es cada vez menor y, con el tiempo, *desaparecerá por completo*. Mucha gente (en especial padres) equiparan el "video interactivo," con el Nintendo, el Sega y otros sistemas de juguetes electrónicos. Algunos juegos electrónicos pueden ser físicamente tan exigentes, que hay que ponerse un equipo de *jogging* para poder participar. La televisión del futuro, sin embargo, no necesariamente exigirá la hiperactividad del Correcarninos o el estado físico de Jane Fonda" (p. 78, énfasis nuestro).

⁵⁶ "Las redes de televisión y las redes de computación son casi lo opuesto. Una red de televisión es una jerarquía de distribución con una fuente (de donde viene la señal) y muchos sumideros (hacia donde van las señales).

"Las redes de computación, por el contrario, son un enrejillado de procesadores heterogéneos, cada uno de los cuales puede actuar tanto como fuente o como sumidero. Las dos son tan diferentes la una de la otra, que sus diseñadores ni siquiera hablan el mismo lenguaje.

"[...] Cuando los ingenieros de video encararon la televisión digital, no aprendieron las lecciones que les ofrecía el diseño de la red de computación. Ignoraron la flexibilidad de sistemas heterogéneos y encabezamientos llenos de información. En lugar de eso, se pelearon entre sí por cuestiones como resolución, medidas del cuadro, proporción de la imagen y entrelazado en lugar de permitir que todo eso fuesen simples variables. La doctrina de las emisiones televisivas contiene todos los dogmas del mundo análogo y casi carece por completo de principios digitales, como arquitectura abierta, escalabilidad e interoperabilidad. Esto cambiará. Pero, hasta ahora, el cambio ha sido muy, muy lento.

"El agente de cambio será la red Internet, tanto en su sentido real como metafórico. La Internet no sólo es interesante como red global masiva y penetrante, sino también como ejemplo de algo que ha evolucionado sin un diseño determinado, manteniendo su forma mediante el mismo mecanismo que la bandada que vuela en formación de V. Nadie es el jefe, y todas las piezas se acomodan admirablemente" (Negroponte, N.: 1995, p. 183).

⁵⁷ Negroponte, N.: 1995, p. 91.

⁵⁸ Negroponte, N.: 1995, p. 185 (énfasis nuestros).

“Como instrumento cultural -dice Sartori-, de crecimiento de nuestra cultura, preveo que [Internet] tiene un futuro modesto. Los verdaderos estudiosos seguirán leyendo libros⁵⁹, sirviéndose de Internet para completar datos, para las bibliografías y la información que anteriormente encontraban en los diccionarios; pero dudo que se enamoren de la red”⁶⁰. Una y otra vez Sartori vuelve al supuesto *metafísico* que da sustento a cada una de sus hipótesis: los que de verdad son estudiosos no podrían enamorarse de lo que no es capaz de formar o cultivar al hombre.

Y agrega: “Afirmo que las posibilidades de Internet son infinitas, para bien y para mal. Son y serán positivas cuando el usuario utilice el instrumento para adquirir información y conocimientos, es decir, cuando se mueva por genuinos intereses intelectuales, por el deseo de saber y de entender. Pero la mayoría de los usuarios de Internet no es, y preveo que no será, de esta clase”⁶¹. ¿Sobre qué bases es posible afirmar tales cosas? ¿En qué pruebas se sostiene la afirmación de que “la mayoría” de los usuarios de Internet no está motivada por el deseo de saber? ¿Sobre qué fundamentos podría sostenerse, incluso, que la mayoría de los lectores de libros, revistas y diarios sí está movida por genuinos intereses intelectuales? Y, si las afirmaciones sobre los hechos actuales tienen una base tan poco confiable, ¿qué puede esperarse de la prognosis?

Citando a Nicholas Negroponte, como el principal profeta y promotor del “cibermundo”, Sartori advierte del peligro que acecha a los navegantes *comunes*: “corren el riesgo de perder el sentido de la realidad, es decir, los límites entre lo verdadero y lo falso, entre lo existente y lo imaginario. Para ellos todo se convierte en trampa y manipulación y todo puede ser manipulado y falseado. Pero como las realidades virtuales son juegos que no tienen probabilidades de convertirse en realidades materiales, el negropontismo puede llegar a generar, en un extremo, un sentimiento de potencia alienado y frustrado, y en el extremo opuesto, un público de eternos niños soñadores que transcurren toda la vida en mundos imaginarios. La facilidad de la era digital representa la facilidad de la droga”⁶². La premisa que da base a todos los nefastos augurios es la identificación de lo virtual y lo falso, de cibermundo y trampa o manipulación. Pero tal premisa es falsa, por lo que el conjunto del argumento es endeble. Una segunda premisa que se agrega con el fin de apuntalar la primera es que las realidades virtuales “no tienen probabilidades de convertirse en realidades materiales”. Esta premisa también es falsa. Infinidad de ejemplos de “materializa-

⁵⁹ “No podremos prescindir de los libros», observa con gran sensatez Umberto Eco. «Si me conecto a Internet y voy al programa Gutenberg puedo hacerme de toda la obra de Shakespeare. ¿Pero por qué tendría que saturar el ordenador con una masa de bites [...] y luego esperar dos semanas para poder imprimirlo, cuando por 5 dólares [...] puedo comprar la edición de Penguin?» (Eco, U.: «Le notizie sono troppe: imparate a decimarle, subito», en *Telemá*, primavera, 1996, p. 17, citado por Sartori). En contraposición dice Negroponte: “Hoy en día, los multimedios constituyen una experiencia que se vive frente al escritorio o en el living de la casa, porque los aparatos todavía son unos armatostes enormes. Incluso las laptops, con su diseño tipo portafolios, no son aparatos de información muy personalizados. Esto cambiará dramáticamente cuando aparezcan los monitores de alta definición pequeños, luminosos, chatos y flexibles. Entonces, los multimedios se parecerán más a un libro, algo así como un objeto con el que uno pueda instalarse cómodamente en la cama para dialogar con él o dejar que le cuente una historia. Llegará el día en que los multimedios serán tan sutiles y agradables como la superficie del papel y el olor del cuero” (1995, p. 78). Y en contraposición al argumento económico y de ahorro de tiempo que formulara Eco, dice Negroponte: “Un CD-ROM equivale a alrededor de 100 clásicos de la literatura moderna o a cinco años de lectura, incluso para aquellos que leen dos novelas por semana” (1995, p. 76).

⁶⁰ Sartori, G.: 1998, p. 56.

⁶¹ Sartori, G.: 1998, p. 57.

⁶² Sartori, G.: 1998, p. 58.

ción” de construcciones virtuales en los ámbitos de la industria, el arte, el comercio, el marketing, etc., corroboran la hipótesis contraria.

“La mayoría de los adultos –dice Negroponte– no logran comprender cómo aprenden los niños a través de los juegos electrónicos. La suposición general es que esos juegos hipnotizadores convierten a los niños en adictos compulsivos y que tienen aún menos características positivas rescatables que la «caja boba». Pero no cabe ninguna duda, que muchos juegos electrónicos les enseñan a los niños a desarrollar estrategias y les exigen una capacidad de planificación que les será útil en su vida de adultos”⁶³.

⁶³ Negroponte, N.: 1995, p. 206.

SEGUNDA PARTE

Televisión y opinión pública: crítica a la «teledirección» como manipulación mediática

Introducción

La segunda parte de *Homo Videns* lleva por título «La opinión teledirigida» en una clara paráfrasis del subtítulo del libro: «La sociedad teledirigida». Sartori nos advierte, así, que en una sociedad teledirigida, tanto el proceso de formación de la opinión como su producto —i.e. la opinión misma— son teledirigidos o, más precisamente, «videodirigidos». La consecuencia más directa y, en términos de Sartori más preocupante, es que, bajo estas condiciones, la sociedad y la opinión pública resultan ser *heterónomas*. La «teledirección», en todo caso, produce lo contrario de la *autonomía* social; es decir, una opinión pública teledirigida equivale a una opinión pública *manipulada*, con el consecuente daño que implica la vulneración de este aspecto clave para la vida social democrática. En el caso particular del texto que nos ocupa, la manipulación viene a ser consecuencia de la preponderancia de la imagen en los procesos de comunicación, información y formación de la opinión.

En efecto, Sartori afirma que la televisión “invade nuestra vida” a tal punto que, “después de haber «formado» a los niños continúa formando, o de algún modo, influenciando a los adultos por medio de la «información»”⁶⁴. Según esta afirmación, la televisión parecería ser la fuente predominante de información a la que acceden los adultos —si no la única. En consecuencia, la información televisada sería el factor determinante en la formación de la opinión pública —que supone la disponibilidad de información— y, en consecuencia, la matriz de la conciencia política de los ciudadanos.

A simple vista, parecería que la preocupación de Sartori es semejante a la de Habermas, cuando este último denuncia la invasión de la tecnología o de la racionalidad tecnológica en el mundo de la comunicación intersubjetiva. En otro lugar⁶⁵ observamos que, desde la perspectiva habermasiana, la ideología consiste en una interferencia o distorsión de la acción comunicativa de modo tal que esta última no cumpla ya con su función regulativa de los procesos instrumentales de la esfera del trabajo. En consecuencia, la praxis humana se ve reducida solamente a la acción instrumental que, finalmente, se institucionaliza y toma el lugar y la función del marco normativo que pierde así su carácter práctico. Junto con tal carácter práctico, la interacción humana pierde también su interés específico. En efecto, como consecuencia del carácter normativo, y como rasgo fundamental de la autocomprensión dentro del marco simbólico, las acciones comunicativas normativamente guiadas responden a un «interés» que no es otro que la libertad de su propio desarrollo, la ausencia de coerción y de distorsión en el mismo, que garantizaría la emancipación de los hombres⁶⁶. Al ser sustituido el carácter normativo de las relaciones humanas por una orientación instrumental, el interés al que se inclinan las acciones no es ya emancipatorio, sino de manipulación técnica, de manera que el avance de los hombres hacia la libertad se ve coartado⁶⁷.

⁶⁴ Sartori, G.: 1998, p. 65.

⁶⁵ Ver Etchegaray, R. et alia: Informe final del proyecto de investigación “Ideología y medios de comunicación”, Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de La Matanza, 1999.

⁶⁶ Si bien éste es un supuesto fundamental del Iluminismo, la idea de una autoconciencia libre de coerciones y de distorsión es impensable desde la perspectiva de la hermenéutica filosófica, ya que toda conciencia del mundo y del sí mismo está históricamente configurada.

⁶⁷ Cf. Habermas, J.:1994: 89: “El rendimiento peculiar de esta ideología consiste en que disocia la autocom-

Pero resultaría excesivo sostener que el sentido de *Homo videns* sea el de una crítica de la ideología en el sentido habermasiano. Por tomar sólo una diferencia evidente, el hecho de que la crítica a los efectos distorsionantes de la televisión sea hecha en nombre de un «lenguaje abstracto» con un fuerte arraigo en la «*episteme*» haría, a los ojos de Habermas, que la crítica sartoriana fuera sospechosa *ella misma* de ser ideológica. Aun cuando sea indiscutible que la preocupación de Sartori es la distorsión de la comunicación intersubjetiva en un sistema democrático —cuya manifestación más clara es la heteronomía de la opinión pública—, la misma aparece como consecuencia de la distorsión del pensamiento que resulta de la omnipresencia de la televisión en la vida de los hombres y no por la intromisión del interés técnico en el mundo de la vida. Sartori identifica la amenaza a la autonomía de la opinión pública —y a la democracia toda— en el “poder del vídeo”, en términos de “su incidencia en los procesos políticos, y con ello una radical transformación de cómo «ser políticos» y de cómo «gestionar» la política”. De ahí que denuncie que: “Actualmente, el pueblo soberano «opina» sobre todo en función de cómo la televisión le induce a opinar”⁶⁸.

En el fondo de la advertencia de Sartori encontramos, pues, el peligro de la heteronomía de la vida política de la sociedad. Y, desde la perspectiva de *Homo videns*, parecería ser que la televisión es un factor decisivo en el hecho de que la democracia pierda en autonomía. Esta es, en principio, la tesis más fuerte y la que nos guiará en el análisis que desarrollaremos aquí y que será organizado en torno a dos ejes básicos: el primero es el problema de la opinión pública como modo habitual del ejercicio democrático en la sociedad —siendo el voto una situación más bien excepcional y, como veremos, en cierto sentido subordinado a la formación de opinión pública—; el segundo, es el problema de la televisión como medio privilegiado que aporta la información sobre cuya base se forma la opinión pública. Estos son, pues, los problemas que examinaremos a continuación.

1. El problema de la opinión pública

1.1. La opinión

De acuerdo con la tesis que venimos de enunciar, en el caso particular de la opinión pública, esto respondería a que la misma está determinada a partir de la información transmitida por el medio televisivo. Pero antes de ocuparse de la opinión pública, Sartori sostiene que en la opinión en general existe ya un rasgo intrínseco de heteronomía. En nuestro análisis del status epistemológico de la opinión en *Homo videns*, hemos discutido la debilidad que Sartori encuentra en ella por dos razones: por un lado, porque es mera *doxa*, esto es, no tiene el carácter verdadero y firme de la *episteme*. Esto es expresado textualmente como sigue: “Opinión es *doxa*, no es *episteme*, no es saber y ciencia; es simplemente un «parecer», una opinión subjetiva para la cual no se requiere una prueba”⁶⁹. Por otro lado, la opinión quedaría irremediabilmente ligada a la imagen, dado que comparte su naturaleza variable y probabilística: “...las opiniones son convicciones frágiles y variables. Si se convierten en convicciones profunda y fuertemente enraizadas, entonces debemos llamarlas

preensión de la sociedad del sistema de referencia de la acción comunicativa mediada y lo sustituye por un modelo científico. En la misma medida, la autocomprensión culturalmente determinada de un mundo social de la vida queda sustituida por la autocosificación de los hombres bajo las categorías de la acción racional con respecto a fines y del comportamiento adaptativo”.

⁶⁸ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 66.

⁶⁹ Sartori, G.: 1998, pp. 69-70.

creencias (y el problema cambia)”⁷⁰.

Como vemos, Sartori identifica a la opinión más con la *convicción* y la *creencia* que con el conocimiento. En este sentido, la opinión pública se define como un «sentir» la cosa pública apoyado en las imágenes mediante las cuales los ciudadanos se *desinforman* o se *subinforman*. Por esta razón, es tan sólo un producto de la sensibilidad o la emotividad y de ninguna manera alcanza el nivel de un juicio reflexivo y crítico —que es requerido para garantizar la autonomía de la misma⁷¹. Una *convicción* es apenas un estado *psicológicamente fuerte*. Pero, casi en la misma medida de su fuerza psicológica, la convicción es *epistemológicamente débil*. Esto se debe a que no necesariamente encuentra su fundamento en un conocimiento verdadero, ni en un examen crítico de los datos en los que se apoya. Al contrario, nos animamos a afirmar que, para Sartori, lo frecuente es que una falsedad bien presentada —especialmente si se presenta bajo el embrujo de la imagen— genere más convicciones que una verdad presentada en su abstracción epistémica, despojada de todo encanto mediático. Este contraste es, nuevamente, manifiesto en lo que respecta a la televisión: “los problemas no son «visibles». Lo que podemos ver en la televisión es lo que «mueve» los sentimientos y las emociones: asesinatos, violencia, disparos, arrestos, protestas, lamentos; y en otro orden de cosas: terremotos, incendios, aluviones e incidentes varios. En suma, lo visible nos aprisiona en lo visible. Para el hombre que puede ver (y ya está), lo que no ve no existe”⁷². Aquí vemos cómo se opone la fuerza psicológica de las emociones provocadas por la violencia, los lamentos, etcétera, que da lugar a las opiniones de los hombres comunes, y la comprensión de los problemas —que requiere de un soporte mediático distinto de la imagen y aporta un fundamento epistemológico más sólido a la posición de los individuos.

Al mismo tiempo, la opinión es también débil en un sentido práctico o moral. Dice Sartori: “dar por segura una opinión no equivale a prever un comportamiento”⁷³. Aunque con esto, y al menos en lo que respecta a este momento de la argumentación, la misma crítica sartoriana encontraría un límite. Si la opinión que suponemos tiene la gente no implica necesariamente una línea de comportamiento, entonces no queda claro de qué manera será posible una manipulación tan radical como la que intenta denunciar Sartori en las páginas de *Homo videns*. Pero de esto nos ocuparemos más adelante.

En principio, entonces, el mundo de la opinión —privada o pública— sería simplemente el mundo de las imágenes, el lugar de la falta de conocimiento y, por tanto, de la no-verdad. Este sería el mundo eminentemente invadido y constituido por la televisión y, por esa razón, los hombres que se manejaran dentro de sus límites serían hombres incultos, carentes de lenguaje abstracto e incapaces de pensamiento conceptual. Ahora bien, en función de este carácter maleable de la opinión, el problema de la vida democrática reside en las posibilidades que existan para ella de sustraerse a la “teledirección mediática”. Porque si algo es indiscutible es que, por un lado, la democracia no puede sino ser un gobierno de opinión pública; y, por el otro, no por ello la sociedad democrática es *necesariamente heterónoma*, aunque corra un alto riesgo de serlo. Tampoco la opinión pública es *necesariamente heterónoma*, a pesar de ser opinión. En esto, Sartori es claro: “¿cómo se constituye una opinión pública autónoma que sea verdaderamente *del* público? Está claro que esta

⁷⁰ Sartori, G.: 1998, p. 70.

⁷¹ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 70.

⁷² Sartori, G.: 1998, p. 84.

⁷³ Sartori, G.: 1998, p. 75.

opinión debe estar expuesta a flujos de informaciones sobre el estado de la cosa pública. (...) Por otra parte, cuanto más se abre y se expone una opinión pública a flujos de información exógenos (que recibe del poder político o de instrumentos de información de masas), más corre el riesgo la opinión del público de convertirse en «hétero-dirigida»...⁷⁴ En síntesis, la democracia es por definición un gobierno de opinión. Esto no implica su heteronomía sin más, siempre que la formación de la opinión pública obedezca a mecanismos y se inscriba en marcos sociales y políticos que garanticen la reflexión crítica de los ciudadanos. Pero, al mismo tiempo, si estos mecanismos y este marco no están dados, la opinión pública esencial a la democracia puede ser fácilmente presa de la eficacia formativa de la imagen enseñoreada en la televisión. En efecto, leemos que: “[La definición de la democracia como un gobierno de opinión] se adapta perfectamente a la aparición de la vídeo-política”⁷⁵. Y, también: “la videocracia está fabricando una opinión sólidamente hetero-dirigida que aparentemente refuerza, pero que en sustancia vacía, la democracia como gobierno de opinión”⁷⁶.

¿Cuáles son, por otra parte, los medios de transmisión de la información «reflexivos» sobre cuya base es posible construir una opinión pública autónoma? Sartori atribuye esta función —y esta virtud— a otros medios de comunicación masiva, como el periódico. En efecto, el nacimiento de los medios masivos de comunicación está ligado a una concepción democratizante de la cultura y con el acceso de las clases populares a la participación en la vida política. Umberto Eco, refiriéndose a este fenómeno, nos recuerda que: “No es casual la concomitancia entre civilización del periódico y civilización democrática, nacimiento de la igualdad política y civil, época de las revoluciones burguesas”⁷⁷. Sin embargo, nada garantiza que este mismo medio no sea capaz de provocar el mismo efecto de heteronomía en la democracia. En el análisis de Eco, la pérdida de la capacidad crítica es referida no al carácter lingüístico o no lingüístico del medio, sino a su “ser masivo”. Pero con esto, nuevamente, nos adelantamos.

1.2. Opinión pública y democracia

Es importante recordar ante todo que la democracia *es*, como hemos dicho ya, un gobierno de opinión. Esto es lo definitorio de la democracia representativa, que “no se caracteriza como un gobierno del saber sino como un gobierno de la opinión, que se fundamenta en un público *sentir la res publica*. Lo que equivale a decir que a la democracia representativa le es suficiente, para existir y funcionar, con el hecho de que el público tenga opiniones *suyas*; nada más, pero atención, nada menos”⁷⁸. En consecuencia, más allá de que la sociedad no hubiera sufrido el proceso televisivo de génesis antropológica que transforma al *homo sapiens* en *homo videns*, la opinión pública seguiría siendo el centro de la vida política de la misma. Por lo tanto, la crítica de Sartori en este punto no se dirigirá ni en contra de la democracia, ni en contra de la opinión pública *per se*. En su libro *Homo videns*, Sartori explica que la opinión pública puede ser autónoma, cuestión que ha sido desarrollada en otra parte. Asimismo, se contempla la posibilidad de la formación de una opinión

⁷⁴ Sartori, G.: 1988, pp. 70-71 (énfasis del autor).

⁷⁵ Sartori, G.: 1988, p. 66.

⁷⁶ Sartori, G.: 1998, p. 72.

⁷⁷ Eco, Umberto: *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Editorial Lumen, 1993, p. 33.

⁷⁸ Sartori, G.: 1998, p. 70 (énfasis del autor).

pública autónoma⁷⁹. En este sentido, el hecho de que la opinión pública sea justamente «opinión» no implica necesariamente que sea heterónoma —porque las opiniones del público pueden ser “*suyas*”.

Sin embargo, la autonomía de la opinión tiene, en la cita del párrafo anterior, un carácter limitado. Es decir, no se trata en ningún caso de una opinión radicalmente autónoma, ni del reconocimiento epistemológico definitivo de la opinión del ciudadano común. A pesar de todo, la opinión depende siempre de la acción de «formadores», “autoridades cognitivas” que la moldean de acuerdo con “grupos de referencia”, por un lado⁸⁰. Por otro lado, el acto de opinión del ciudadano consistiría solamente en reconocer entre los miembros de la élite política aquéllos que hacen las mejores propuestas, pero nunca sería capaz de proponer cursos de acción por sí mismo. La autonomía consistiría entonces en una elección razonable y razonada, que responde a una capacidad crítica desarrollada en el *homo sapiens*. Hasta qué punto es posible denominar a esto autonomía en sentido estricto, es discutible. Ciertamente, no responde al concepto moderno de autonomía, según el cual todos los ciudadanos estarían igualmente capacitados para tomar decisiones. Aunque es necesario reconocer a Sartori —a propósito de la observación contra Habermas que hace en la nota de la página 70 de *Homo videns*⁸¹— que la modernidad no se pronuncia de manera unánime sobre el valor de la opinión. Sin embargo, esta nota es tan injusta con Habermas como reveladora de la posición ilustrada de Sartori respecto del concepto de política. El concepto y el valor de la opinión pública no pasa por conocer o desconocer el griego, como argumenta Sartori, sino por el valor que los filósofos modernos atribuían a la misma dentro del juego de fuerzas de la vida política de la sociedad. Es verdad que el Iluminismo francés es el encargado de gestar la oposición conceptual entre opinión y crítica⁸². No obstante, Habermas nos recuerda también que “Rousseau (...), que fundamenta con toda la claridad deseable la autodeterminación democrática del público, liga la *volonté générale* a una *opinion publique* que coincide con la *opinion* espontánea, sin reflexión, con la opinión en sus disposiciones hechas públicas”⁸³. En este punto, entonces, de acuerdo con la definición de democracia representativa como gobierno de opinión, Sartori no tendría por qué manifestarse en desacuerdo con Habermas. Son los ingleses, argumenta este último, quienes atribuyeron al concepto de opinión pública una capacidad crítica en los sujetos de tal opinión, que daban por supuesta⁸⁴. Y, ciertamente, no era cualquier público ni todo el público quien detentaba esta opinión sino lo que los fisiócratas denominaban el *public éclairé* que “por medio de la discusión crítica en la publicidad, acaba por destilar la opinión verdadera”⁸⁵.

En síntesis, lo que inquieta a Sartori no puede ser el concepto moderno de opinión pública cuya historia relata Habermas en el texto citado puesto que, como él mismo señala, en principio tal concepto no aniquilaba la diferencia entre opinión y crítica, o entre opinión y saber. ¿Qué lo lleva a acusar de esa manera a Habermas, entonces? Sartori dice que la

⁷⁹ Cf. Sartori, G.: 1998, pp. 71-72.

⁸⁰ Cf. *Ibidem*.

⁸¹ Leemos en ella que Habermas: “afirma que Locke, Hume y Rousseau acuñan «opinión pública» falseando y forzando la *doxa* platónica para significar un juicio racional. La tesis no es plausible ya que todos los autores de la Ilustración conocían perfectamente el griego. Dijeron «opinión», pues, sabiendo que *doxa* era, en la tradición filosófica, el término opuesto a verdad objetiva.”

⁸² Cf. Habermas, J.: *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Ediciones G. Gili, 1997, p. 127.

⁸³ Habermas, J.: 1997, p. 131.

⁸⁴ Cf. Habermas, J.: 1997, p. 133.

⁸⁵ Habermas, J.: 1997, p. 129.

tesis habermasiana es que en la opinión pública los filósofos modernos encuentran un juicio racional. Las citas del texto de Habermas parecen desmentir esta interpretación, salvo que Sartori tema por la potencial extensión del círculo del público ilustrado a todos los ciudadanos, con lo cual se desdibujaría la distancia entre la opinión y la crítica —extensión inevitable si se parte, como en la modernidad, de la igualdad natural de los hombres. Tal vez sea por eso que en su crítica a Habermas, Sartori apela nuevamente a Platón y al concepto de *doxa*. El concepto platónico de *doxa* es inseparable del *hombre sólo capaz de doxa* y, en consecuencia, incapaz de gobernarse a sí mismo o de gobernar a los demás. De ahí que al definir democracia Sartori no sólo aclare que se trata de una democracia representativa, sino también observe especialmente que la democracia directa no es factible. ¿Será, pues, que el supuesto de Sartori es más platónico o pre-moderno que ilustrado? Todo parece señalar en esa dirección: su reacción frente a la genealogía de la opinión pública que lleva a Habermas al juicio crítico privado de la filosofía inglesa moderna; su recurso a Platón para desautorizar la interpretación habermasiana del concepto moderno de opinión pública —a pesar de que, como vimos, Habermas mismo reconoce que no significa necesariamente un juicio crítico—, su aceptación de la desestimación de la democracia directa porque la misma implicaría un gobierno del *saber* y no de la *opinión* —desestimación que parece no requerir de mayores argumentos.

Con estas aclaraciones presentes, entonces, examinaremos el tratamiento de *Homo videns* respecto del carácter y la función de la opinión pública en la sociedad teledirigida.

1.3. Las múltiples caras de la heteronomía

Veremos, pues, a continuación, de qué maneras diferentes es la opinión pública parte de las democracias del presente, tal como la analiza Sartori en este capítulo de *Homo videns*. A lo largo del mismo, Sartori observa que la opinión pública reviste más de una forma, razón por la cual es posible referirse a ella en más de un sentido. En primer lugar, la opinión pública es la opinión *del público*; esto es, de los ciudadanos en tanto que sujetos que participan de la vida política en su sociedad. En segundo término, la opinión de los ciudadanos versa sobre los asuntos *referidos a la cosa pública*; con lo que la opinión es pública no ya en virtud del sujeto que la enuncia sino en virtud del objeto que lo convoca. En lo que respecta a estas dos primeras dimensiones de la opinión pública, no habría razones para dudar de su valor epistemológico, ni para temer que se trate de un juicio heterónimo.

Pero, y aquí se incorporan los aspectos que ponen en marcha el juego de influencias en la formación de la opinión pública, para poder opinar sobre la cosa pública, el público necesita contar con cierta información sobre ella. Y, dado que —como dijimos ya— no se trata de una democracia directa, dicha información debe llegar al público en general, al ciudadano común, por algún «medio». Es así que, sostiene Sartori, opinión pública es la *opinión formada por la acción de los medios de comunicación*. Y esta acción formativa se ejerce de dos maneras posibles: ya sea mediante la *difusión de información* por los medios de comunicación, lo que definiría un tercer sentido de opinión pública como opinión basada en la difusión mediática de la información; ya sea por la *realización de «encuestas de opinión»*, como cuarto y último sentido del concepto según el cual se trataría del reporte mediático sobre el estado de la opinión pública.

A simple vista, notamos que de las cuatro formas de la opinión pública que acabamos de enunciar, la última parece ubicarse en un nivel diferente de las anteriores, esto es,

en un «metanivel» respecto de ellas. En efecto, las encuestas de opinión ponen en juego — y, por ello mismo, suponen— los tres primeros sentidos de opinión pública: recaban información a) del público, b) sobre un asunto público y c) vuelven a él como formadoras de opinión *via* televisión. A su vez, estas encuestas son utilizadas por el gobierno como guía en la toma de ciertas decisiones o, por lo menos, como «termómetro» de las posibles recepciones de sus medidas. Y es justamente contra este último sentido de la opinión pública que Sartori dirige sus críticas más duras.

Para Sartori, las encuestas de opinión no tienen valor epistemológico alguno, razón por la cual quedan totalmente expuestas a la manipulación y, en consecuencia, excluyen la posibilidad de la autonomía. Los fundamentos que da en este sentido, sintetizan los límites que tradicionalmente se señalan a estos procedimientos de recolección de información. En primer lugar, Sartori arguye que “las respuestas [de las encuestas de opinión] dependen ampliamente del modo en que se formulan las preguntas”⁸⁶. En otras palabras, esto significa que las encuestas de opinión nunca reflejan el estado de la conciencia del público de manera «objetiva», sino configuradas por el organismo que plantea las preguntas. Evidentemente, esto es inevitable, aunque lo que no resulta tan evidente es cómo se controla la construcción de los cuestionarios. La simple pregunta general «¿Qué opina Usted sobre...?» es tan poco conducente, como una serie de preguntas claramente sesgadas.

En segundo lugar, Sartori observa que “las opiniones recogidas en los sondeos son por regla general débiles, y es raro que alguna vez se recojan opiniones profundas” y que “la mayoría de las opiniones recogidas son frágiles e inconsistentes”, cuando no son inventadas en el momento por los entrevistados⁸⁷. Esta segunda objeción no se refiere al instrumento mediante el cual se recoge la opinión del público, sino a las opiniones mismas: ni siquiera el cuestionario mejor diseñado podría superar la subjetividad y la fragilidad de las opiniones que lo responden. Recuérdese que la opinión es fuerte sólo en un sentido psicológico mas no en términos epistemológicos: el entrevistado expresa lo que *siente* o, como hemos observado más arriba, aquello de lo que está *convencido*. Pero esto no constituye ningún *saber*, ni supone ninguna *reflexión*. Por ello, las respuestas a las encuestas ni estarán necesariamente bien fundadas, ni nada impedirá que un mismo sujeto emita opiniones incoherentes entre sí.

En consecuencia, la opinión recabada por las encuestas —y, por extensión, a la opinión pública misma—, reviste un carácter meramente *subjetivo* y carente de *representatividad*. En virtud del carácter subjetivo de la opinión, Sartori observa que “un transeúnte [entrevistado por la calle] no representa a nada ni a nadie: habla sólo por sí mismo”⁸⁸. Por lo tanto, como corolario de estas dos primeras críticas a los procedimientos de las encuestas de opinión, Sartori concluye que los datos recabados por ellas no son, en rigor, representativos de lo que pretenden representar: la opinión del público sobre un asunto público.

Sin embargo, no es la pseudo-representatividad de las encuestas el punto máximo de la crítica. Una tercera —y última— objeción a los sondeos de opinión consiste en que los resultados de los mismos son fácilmente manipulables por quien los procesa y los expone. Así, la acusación más dura de ilegitimidad que Sartori dirige contra los sondeos, está referida a la interpretación de los datos recogidos, que resultan en la publicación de estadísticas “falsas”: “Entiendo por falsas estadísticas, resultados estadísticos que son «falsos» por la

⁸⁶ Sartori, G.: 1998, p. 73.

⁸⁷ Sartori, G.: 1998, p. 74.

⁸⁸ Sartori, G.: 1998, pp. 92-93.

interpretación que se les da. En esa clase de falsedades se ejercita también la prensa; pero es la televisión la que las ha impuesto a todos —incluida la prensa— como dogmas⁸⁹.

La descripción sartoriana que acabamos de resumir sobre el concepto de opinión pública en las democracias actuales despierta, al menos, dos reflexiones. La primera, se refiere a la última afirmación citada y no dará lugar a una discusión en profundidad, al menos en lo inmediato. Se trata de que con el mismo descuido de Sartori, podríamos concluir que la diferencia entre televisión y prensa que propone es ella misma dogmática, apenas una opinión, ya que luego de reconocer que la prensa también puede interpretar las estadísticas de manera soslayada, insiste en la total responsabilidad de la televisión por tal fenómeno, sin dar mayores fundamentaciones.

La segunda reflexión, requiere un poco más de argumentación. Se trata de que la diferencia de nivel entre los cuatro sentidos de la opinión que hemos señalado, parece conducir a Sartori a reducir el problema de la opinión pública y de su proceso de formación al problema de la legitimidad de las encuestas de opinión. Sin embargo, esta reducción no es del todo legítima. Para que la misma pueda tener lugar, Sartori ha debido poner el acento en los organismos que las organizan, en lugar del proceso social *intersubjetivo* que los mismos pretenden atrapar con sus sondeos. Asimismo, ha olvidado que el *proceso mismo de la realización de la encuesta* es también intersubjetivo. Sin embargo, en todos los aspectos que analiza, Sartori se limita o bien a reiterar el carácter meramente subjetivo de la opinión, o bien a resaltar el carácter subjetivo de la encuesta y de su interpretación. En cambio, otras descripciones del proceso de formación de opinión pública reservan para el sondeo la etapa final del mismo, y no por ello la más fundamental. Tal es el caso del esquema de Ph. Davison, por dar un ejemplo. En él, la primera etapa del proceso tiene lugar en el "grupo primario", donde "ideas y opiniones empiezan a tomar cuerpo cuando se comunican de una persona a otra". En esta decantación de ideas "las que sobreviven constituyen la base de la opinión pública." En una segunda etapa, "cuando una noticia, un hecho, una idea empiezan a encontrar eco en algunos grupos sociales, surge rápidamente el fenómeno del liderazgo. El líder (...) es una persona que en sus contactos con los demás influye más en las actitudes y comportamientos de ellos que ellos en los de él." En un tercer momento, "las ideas que han surgido en la comunicación de una persona a otra y que el líder ha racionalizado empiezan a circular de un grupo a otro. En el interior de cada grupo (...) la gente va penetrando en el proceso de opinión: antes de opinar quieren saber qué se piensa fuera de su grupo y así se produce una expectativa. (...) Puede decirse que se ha formado ya la opinión pública." Y, finalmente, "sólo queda que la opinión deje constancia de la dirección que ha tomado. Eso puede hacerse, por ejemplo, en unas elecciones. Luego el fenómeno se disuelve. (...) La atención se desplaza a otros temas"⁹⁰.

En este modelo descriptivo, el acento está puesto en la comunicación intersubjetiva de los ciudadanos antes que en la acción manipuladora de las encuestas de opinión. Desde ya, pretender que el comienzo de este proceso parte «de cero» es tan ingenuo como suponer que la interpretación de los sondeos es transmitida a una comunidad que la recibe como una suerte de revelación individual e incommunicable y, por lo tanto, incontrastable con los demás; como si se estableciera una comunicación exclusiva entre el medio y un individuo incommunicado, o que sólo se comunica con el medio.

⁸⁹ Sartori, g.: 1998, p. 91.

⁹⁰ Cf. Gomis, L.: *El medio media: la función política de la prensa*, Madrid, Seminarios y Ediciones, 1974, p. 186.

Es verdad, no obstante, que Habermas observa que: “a diferencia del tipo de divulgación —horizontal y específico de capas sociales— de modas y hábitos de consumo, la corriente de opinión política tiende a fluir verticalmente desde los grupos de status más altos a los grupos en cada caso más bajos”⁹¹; aunque casi a renglón seguido reconoce que la influencia de los *opinion leaders* aportan poco al proceso de opinión pública⁹². Pero esto no refuta la posición de Sartori. Su versión de la influencia “en cascadas” de las autoridades cognitivas no diferiría en mucho a esta descripción habermasiana. Es más, la televisión vendría a desplazar este proceso dado que verticaliza por completo la transmisión de información y su influencia de la formación de opinión. En consecuencia, el proceso tal como lo hemos descrito más arriba sería reemplazado por el que Sartori desarrolla en su libro. Lo que cuestionamos ahora —y hemos cuestionado también en otro lugar⁹³— es que la televisión sea la culpable tanto de la pérdida de la capacidad crítica de los individuos, como de la eliminación de la acción intersubjetiva y que, como consecuencia de ello, sea lícito reducir el proceso de formación de la opinión pública a los sondeos.

¿Cuál es el argumento principal de Sartori para efectuar con tanta seguridad dicha reducción? Sabemos que la opinión pública debe formarse sobre la base de la información relativa a los asuntos públicos con la que cuentan los ciudadanos. Es aquí donde, una vez más, entran en juego los medios mediante los cuales se informan los mismos, sobre todo en una sociedad que cuenta con medios tecnológicos de comunicación masiva. Respecto de los medios, Sartori establece una diferencia radical entre la forma de transmisión de la información de los medios «lingüísticos» como la radio y el periódico por un lado, y los de información mediante «imágenes», como la televisión. En la sociedad propia del *homo videns*, es esta última la que se encarga de informar de maneja excluyente a los ciudadanos y, en consecuencia, define tanto el carácter teledirigido de su opinión como el carácter heterodirigido de su sociedad.

Las conclusiones parciales que podemos sacar hasta aquí, entonces, se conectan con parte del análisis que hemos desarrollado ya en otro lugar. Consisten, en primer término, en que la opinión pública, a pesar de la debilidad epistemológica que le es esencial por ser sólo «opinión», constituye el corazón de la vida política de los ciudadanos en una sociedad democrática. Por sí solo, esto no implica ni que la opinión sea heterónoma, ni que la democracia sea una forma política débil. Sin embargo, en segundo término, en las sociedades donde el conocimiento social y el intercambio político están atravesados por el fenómeno mediático de la televisión, la información a partir de la cual los ciudadanos se enteran de, y opinan sobre, la cosa pública es preferentemente la que los medios visuales ponen en circulación. Pero esto último, si bien responde tanto a una necesidad de la misma forma democrática, como a una realidad técnica de la época, implica para la primera una amenaza de su autonomía. Sartori se refiere a este último de la siguiente manera: “Está claro que esta opinión [autónoma] debe estar expuesta a flujos de informaciones sobre el estado de la cosa pública. Si fuera «sorda» (...), entonces no serviría. Por otra parte, cuanto más se abre y se expone una opinión pública a flujos de información exógenos (que recibe del poder político o de instrumentos de información de masas), más corre el riesgo la opinión del público de convertirse en «hetero-dirigida»”⁹⁴.

⁹¹ Habermas, J.: 1997, p. 239.

⁹² *Ibidem*.

⁹³ Ver Etchegaray, R. et alia: Informe final del proyecto de investigación “Ideología y medios de comunicación”, Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de La Matanza, 1999.

⁹⁴ Sartori, G.: 1998, pp. 70-1.

Lo que diferenciaría, en tercer término, una opinión autónoma de una opinión heterónoma —entendiendo por la primera una opinión crítica y por la segunda una opinión acrítica— sería, por lo que se lee en estas páginas, el *medio* a través del cual llega la información a los ciudadanos. Y la responsable de las opiniones acríicas de los ciudadanos sería, en definitiva, la televisión. A este tema prestaremos nuestra atención en las páginas que siguen.

2. La información y el medio: ¿un problema de imagen?

Como se acaba de concluir, la heteronomía de la opinión en la sociedad teledirigida sería una consecuencia bastante directa del hecho de recurrir a la televisión como fuente de la información sobre la cual se elabora. En este sentido, el efecto nocivo de la televisión sobre el ciudadano sería doble: por un lado, al haber invadido ya la vida del mismo siendo niño, ha influido negativamente en la formación de su capacidad crítica. Por otro lado, a esta capacidad crítica atrofiada, se suma la *continuidad* del recurso a la televisión como medio de información del ciudadano adulto, por lo cual parecería que el hombre termina perdiendo completamente dicha capacidad y transformándose en un hombre de una nueva especie, la del *homo videns*. Ya hemos señalado que esto último no sería el caso si la formación del niño no estuviera invadida por la imagen y si el adulto recurriera a otros medios de comunicación que Sartori denomina «lingüísticos». La razón por la cual nuestro autor sostiene esto último es que frente a la distorsión de la información provocada por la televisión —y, en consecuencia, de la manipulación de la opinión pública— la prensa asegura transparencia y pluralismo. Esto es lo que se refleja en el siguiente pasaje de *Homo videns*: “...cuando la opinión pública se plasmaba fundamentalmente en los periódicos, el equilibrio entre opinión autónoma y opiniones heterónomas (hetero-dirigidas) estaba garantizado por la existencia de una prensa libre y múltiple que representaba a muchas voces (...). El problema surgió con la televisión, en la medida en que el acto de ver suplantó al acto de discutir. Cuando prevalece la comunicación lingüística, los procesos de formación de la opinión no se producen directamente de arriba abajo; se producen en cascadas”⁹⁵. Nos encontramos aquí con dos cuestiones clave para la discusión del capítulo: la primera —que, por cierto, es la más discutible— tiene casi la fuerza y el contenido de un *credo*: mientras que la comunicación por medio de la prensa escrita garantiza la autonomía de la opinión pública, la información televisiva la amenaza. La segunda reside en el carácter vertical de la acción que tiene lugar cuando el agente formador de la opinión pública es la televisión. Estos son los problemas que discutiremos a continuación, el primero en relación con el carácter que la información adopta en la televisión, el segundo en relación con el concepto de público.

2.1. Comunicación, imagen y autonomía

2.1.1. Estar informado no es conocer

Sartori sostiene, entonces, que es la televisión como medio de comunicación la que pone en jaque la autonomía de la opinión pública. La razón de esta amenaza es múltiple: por un lado, la televisión es «peligrosa» porque centra su acción en la «mera información»;

⁹⁵ Sartori, G.: 1998, p. 71.

por el otro, su manera de informar es *deficiente*⁹⁶.

Excursus sobre las teorías de la percepción en psicología

Según Sartori, "el niño es un esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve (ya que no posee aún capacidad de discriminación)" (supuestamente: menos de tres años – anterior al ingreso escolar)

En el proceso de crecimiento, el niño se apropia de *las funciones mentales superiores* (pensamiento, lenguaje, memoria, atención, formación de conceptos). Estas aparecen, en primera instancia, en el diálogo con los otros, en la relación intersubjetiva con un otro semejante, que es quien codifica, interpreta y otorga significación a las diversas expresiones del niño. Paulatinamente éste irá apropiándose e interiorizando la discriminación dada por el otro en dicha relación. Esta interacción primera se torna estructurante de las funciones superiores en el niño.

En la época del juego vocal (que culmina al año de edad) el niño va adquiriendo *noción acerca de la propiedad representativa de las palabras* lo que le permitirá ir construyendo los primeros fonemas y posteriormente, las primeras palabras sobre la base del balbuceo.

Hay que destacar que *la comprensión del mundo que posee el niño en este período precede y es mayor que su posibilidad de producción verbal*. Es así como hacia el segundo año ya usa distintas estrategias para organizar el material fónico de la lengua. Y cuando logra producir emisiones de dos o más palabras, el niño demuestra que *ha conceptualizado varios aspectos de una situación*. Para el logro de estos desempeños lingüísticos el niño ha necesitado: 1) Percibir, analizar y almacenar mensajes, 2) Concebir un mundo estable de objetos ausentes y personas en interacciones sociales, con el objetivo de cumplir sus fines. Todo esto implica haber adquirido la capacidad para la representación simbólica, que se puede alcanzar por la memoria y la posibilidad de evocar en ausencia.

En conclusión, tomando como ejemplo el proceso de configuración del lenguaje en el niño, podemos decir que: la apropiación de las funciones mentales superiores comienza en los primeros momentos de vida ligados a la relación con un otro quien actúa de soporte de su estructuración. Función ésta que le posibilita hacia el primer año, la noción de la propiedad representativa de las palabras. Hacia el segundo año de vida, el uso de estrategias para organizar el material fónico del que dispone, demuestra que ha conceptualizado ya varios aspectos de una situación, valiéndose del análisis de los mensajes percibidos y de su propia capacidad para la representación simbólica.

En relación con el valor que se da al sujeto perceptivo en el conocimiento de los objetos, es necesario diferenciar que los datos que aportan las sensaciones no son equivalentes a los datos aportados por la percepción. La percepción corresponde a una función de síntesis, una totalidad organizada (al modo de la Gestalt) donde intervienen el sujeto y sus procesos cognitivos y simbólicos.

Tres concepciones acerca de la percepción permiten situarnos en el tema. En primer lugar la teoría clásica de la percepción sostiene que el sujeto no mira (percibe), sino que ve algo (capta sensaciones), produciéndose en él una imagen que es copia de la cosa vista. El estímulo impacta del mismo modo en todos, siendo el sujeto un mero receptáculo, espectador pasivo. Lo que se refleja en la conciencia es un conjunto de sensaciones que al asociar-

⁹⁶ Cf. Sartori, G.: 1998, pp. 79 y ss.

se (asociacionismo) permiten que se produzca la imagen del objeto. Al considerar que el sujeto no es activo en la producción de lo recibe, esta concepción acentúa el aspecto de la sensación por sobre el de la percepción. (el ver por sobre el mirar). Esta sería la posición de Sartori.

La perspectiva de la teoría de la Gestalt hace prevalecer la dimensión perceptiva entendiendo la percepción en su función organizadora, de síntesis, a través de un interjuego de fuerzas que operan en un campo total y donde el sujeto se incluye como un componente más del campo. Existen leyes generales que rigen dicho campo.

El enfoque del New Look pondrá el acento en el sujeto percipiente. Y la pregunta que se hace es ¿cómo es posible que ante fenómenos iguales distintos sujetos perciban de modo diferente? Y es precisamente porque lo percibido tiene una determinada significación para ese sujeto y su ambiente. El sujeto en este caso, interviene en la percepción ordenando el material y categorizándolo, codificándolo. Parte de un sistema de creencias o expectativa. De allí que exista una interdependencia entre las variables de la personalidad y la dinámica de la percepción. Por lo tanto no solo vemos sino que miramos y este mirar es desde la historia personal y la pertenencia grupal, desde el universo simbólico en el que estamos situados.

Quien a partir de Freud, produce una fuerte ruptura en estas concepciones es J. Lacan quien critica el hecho de entender que la percepción está hecha para conocer la realidad (crítica dirigida en primera instancia a Merleau Ponty y su "ingenuidad perceptiva") y que su función es la de permitirnos formar representaciones del mundo, ya que entenderla de este modo es igual a creer que el lenguaje está hecho para comunicarnos y que su función es significar.

Para él, desde Freud, ha que entender la percepción en su función de *desconocimiento*: no hay un percipiente con función unificante y de síntesis. (Fin del excursus)

A propósito de lo primero (la televisión es «peligrosa» porque centra su acción en la «mera información»), Sartori establece la siguiente distinción entre estar informado y conocer: "Informar es proporcionar noticias, y esto incluye noticias sobre nociones. Se puede estar informado de un acontecimiento, pero también del saber. Aun así debemos puntualizar que *información no es conocimiento*, no es saber en el significado heurístico del término. Por sí misma, la información no lleva a comprender las cosas (...). Pero si el saber nocional no es de despreciar, tampoco debemos sobrevalorarlo"⁹⁷. Vemos aquí que Sartori establece una diferencia entre la comunicación de acontecimientos y la comunicación de saberes. La primera, por su parte, no implica que el receptor conozca ni comprenda lo que le es comunicado; tampoco necesita suponer un receptor crítico. Los acontecimientos pueden ser comunicados mediante imágenes y emociones —y para esto no es necesario que hayan sido «inventados» a propósito por los productores de los programas de noticias; basta con subrayar lo que de conmovedor hay en el suceso, que por lo demás es lo único que la imagen parecería ser capaz de comunicar. Esto es justamente lo que transmite la televisión. En consecuencia, si bien la información es necesaria para el conocimiento —de hecho, una de las razones por las cuales las opiniones del público suelen no merecer crédito, según Sartori, consiste en que los individuos opinan sobre acontecimientos respecto de los cuales no están siquiera informados—, la misma no es suficiente; no puede considerarse que *tener noticia*

⁹⁷ Sartori, G.: 1998, p. 79 (énfasis del autor).

de algo es *saber* sobre ello. Recordemos, además, que en todo momento se sostiene que la opinión se funda en un *sentir*, no en un *saber*. Con esto, la televisión alimentaría el carácter no justificado de la opinión en lugar de proveer al ciudadano que opina de herramientas críticas para fortalecerla.

2.1.2. La mala información

Pero el problema más grave, sin lugar a dudas, no es que la televisión como medio se encuentra limitada a informar y no a comunicar saberes. Lo peor de la situación es que la televisión «informa mal»: “La televisión puede mentir y falsear la verdad, exactamente igual que cualquier otro instrumento de comunicación”⁹⁸, afirma Sartori. A los efectos de explicar esta forma de mal-informar, introduce los conceptos de *desinformación* y *subinformación*, que hemos analizado oportunamente. En ese momento, vimos que cada una se define como sigue: “Por *subinformación* entiendo una información totalmente insuficiente que empobrece demasiado la noticia que da, o bien el hecho de no informar, la pura y simple eliminación de nueve de cada diez noticias existentes. Por tanto, subinformación significa reducir en exceso. Por *desinformación* entiendo una distorsión de la información: dar noticias falseadas que inducen a engaño al que escucha. Nótese que no he dicho que la manipulación que distorsiona una noticia sea deliberada; con frecuencia refleja una deformación profesional, lo cual la hace menos culpable, pero también más peligrosa”⁹⁹. En otras palabras, mal-informar puede consistir o bien en empobrecer los acontecimientos y, en consecuencia, describirlos de manera deficiente o sesgada, o bien disfrazarlos, distorsionarlos o falsearlos. Todo esto, imagen mediante. En efecto, aunque no sólo la televisión sea capaz de mentir, el hecho de utilizar la imagen como medio de transmisión de sus contenidos hace de ella un instrumento más riesgoso. Asimismo, el riesgo parece residir no tanto en su capacidad significativa —que, como hemos discutido en otro lugar, Sartori considera demasiado limitada—, sino en la confianza que el *homo videns* deposita en la autoridad de la imagen.

En este sentido, la imagen está en estrecha relación con el *pseudo-acontecimiento*, un acontecimiento «inventado» para ser televisado. Aunque el empobrecimiento de las noticias puede también tener por consecuencia que aquello que se está comunicando sea un pseudoacontecimiento también. No reiteraremos ahora el análisis del estatuto epistemológico de ambas que ya hemos desarrollado. El punto sobre el cual nos concentraremos ahora, en cambio, es la pretensión de Sartori de que, en primer lugar, éstas son *distorsiones* y, en segundo lugar, que constituyen un patrimonio *exclusivo* de la televisión.

a. Una dudosa pretensión de objetividad

Partiremos entonces de la afirmación de que la televisión inventa los «hechos» que transmite y, en ese sentido, los falsea. Para ello, tomaremos dos momentos en los cuales Sartori hace un poco más explícito el sentido de este falseamiento. En uno de ellos, con ocasión de discutir si la imagen puede «mentir», sostiene que: “Una fotografía miente si es el resultado de un fotomontaje. Y la televisión de los acontecimientos, cuando llega al espectador, es toda ella un fotomontaje”. Por otra parte, un poco más abajo en la misma pági-

⁹⁸ Sartori, G.: 1998, p. 99.

⁹⁹ Sartori, G.: 1998, p. 80.

na, agrega que: "En general y genéricamente, la visión en la pantalla es siempre un poco falsa, en el sentido de que *descontextualiza*, pues se basa en primeros planos fuera de contexto"¹⁰⁰. Aplicando la segunda afirmación a la primera la conclusión que resultaría sería que ni siquiera la fotografía que no es fotomontaje puede ser transparente; en efecto, toda fotografía puede ser "un primer plano fuera de contexto". Fotografiar es recortar; más aún, es recortar sobre el recorte de la mirada del fotógrafo. Con esto no proponemos un simple juego para rivalizar en ingenio con Sartori. Por el contrario, estamos señalando una dificultad insuperable aun para la transmisión lingüística de la información que reside en que en toda comunicación opera una transformación del contexto en virtud de la interpretación. Viene aquí a la memoria la anécdota relatada por Gérald Gassiot-Talbot, en la cual un cuadro del pintor peruano Quintillana, que representaba la brutalidad del trato que reciben los indígenas, es comprado por un terrateniente que consideraba que "esa es obra que muestra cómo deberían ser tratados los indios"¹⁰¹. Un mismo recorte de la realidad sostiene, en este caso límite, dos interpretaciones definitivamente contradictorias entre sí.

Pero esta anécdota nos permite dar un giro más a la discusión de las tesis sartorianas que estamos examinando y observar que, en definitiva, ni la fotografía, ni el arte, ni la televisión pueden jamás ser descontextualizadas. Si bien el fotógrafo o el artista recortan un segmento de realidad al conformar su obra, el recorte mismo tiene sentido en un contexto: el horizonte dentro del cual lo recortado es significativo para el fotógrafo. A su vez, al ser expuesto al público, la obra será observada y disfrutada por los espectadores desde su propio contexto dador de sentido. En consecuencia, para sostener una concepción semejante a la que Sartori propone en esas pocas líneas, deberíamos suponer que un observador abstracto se enfrenta a una imagen abstracta, producto de una operación abstractiva ella misma también descontextualizada. Lo cual es absurdo. Y para reconocer tal absurdo, no es necesario apelar a fuentes académicas. Un reportero argentino, por ejemplo, que trabajó tanto en medios gráficos como en televisión, advirtió —no sin cierto toque poético— que "un vaso nunca es un vaso. Y esto se puede comprobar haciendo el intento de encontrarse con exactamente un vaso y nada más que un vaso. Tampoco será un vaso. Será un misterio"¹⁰².

Por su parte, también la epistemología ha puesto en duda la pretendida neutralidad de la observación en la ciencia. Kuhn, por ejemplo, en su célebre obra *La estructura de las revoluciones científicas*, se refiere permanentemente a que los mundos de los científicos cambian y, en consecuencia, cambian los objetos que perciben en ellos; pero nunca supone que la percepción pueda tener lugar independientemente de todo mundo definido en sus aspectos esenciales por algún paradigma. En este sentido, se pregunta: "¿es fija y neutra la experiencia sensorial? ¿Son las teorías simplemente interpretaciones hechas por el hombre de datos dados?". Y, en contra de una tradición epistemológica positivista, responde rechazando "la introducción de un lenguaje neutro para las observaciones" a lo que agrega que: "Las operaciones y mediciones que realiza un científico en el laboratorio no son «lo dado» por la experiencia, sino más bien «lo reunido con dificultad». No son lo que ve el científico, al menos no antes de que su investigación se encuentre muy avanzada y su atención enfocada. Más bien, son índices concretos del contenido de percepciones más elementales y, como tales, se seleccionan para el examen detenido de la investigación normal, sólo debido

¹⁰⁰ Sartori, G.: 1998, p. 100.

¹⁰¹ Cf. Gassiot-Talbot, G.: "Is confrontation possible?" en *Art and confrontation*, London, Studio Vista, 1970, p. 95.

¹⁰² Abravaya, C.: "Un vaso nunca es un vaso", en Página 12, s/d, Contratapa.

a que prometen una oportunidad para la elaboración fructífera de un paradigma aceptado¹⁰³. Esta misma lucha que Kuhn lleva a cabo en contra de la posición tradicional según la cual la observación es sólo el reflejo —neutral, en el mejor de los casos, distorsionante en el peor— de “lo que es”, es la que podemos oponer a Sartori en su pretensión de una transmisión sin distorsiones de los acontecimientos. Ni la televisión, ni la radio, ni la prensa pueden ser transparentes en este sentido. Y esto no se debe a que todos estos medios descontextualicen sino, por el contrario, a que ponen en funcionamiento un juego de superposiciones y transformaciones de contextos que, por lo demás, es el que genera sentido.

Y este mismo exceso de significación que se puede dar en la imagen y la percepción es asignado por Kuhn al lenguaje. En efecto, sostiene que el esfuerzo de los científicos y los lógicos por depurar al lenguaje no resulta sino en “un lenguaje que encarna un conjunto de expectativas sobre la naturaleza y deja de funcionar en el momento en que esas expectativas son violadas. (...) Ningún lenguaje restringido a informar sobre un mundo enteramente conocido de antemano puede producir simples informes neutrales y objetivos sobre «lo dado». La investigación filosófica no ha producido todavía ni siquiera una muestra de lo que pudiera ser un lenguaje capaz de hacerlo”¹⁰⁴. Ahora bien, si la epistemología hace ya más de treinta años que ha abandonado la pretensión de un lenguaje neutral; si hace tiempo ya que ha reconocido la relación entre lenguaje y percepción, y ha aceptado la actividad subjetiva y conceptual en la percepción, ¿por qué Sartori insiste todavía en un lenguaje puro relativo a intelecciones puras? ¿Por qué insiste en una percepción pasiva, cuando desde el área más «rígida» del conocimiento tal concepción de la percepción se puso en duda?

En síntesis, como hemos señalado más arriba, no es la ausencia de contexto lo que caracteriza a la imagen —ya sea televisiva, fotográfica, etc.—; es la transformación y superposición de los contextos de producción, transmisión y recepción de las mismas lo que la caracteriza y, en consecuencia, lo que produce el enriquecimiento del sentido. No son la imagen ni la televisión las que descontextualizan, sino la crítica de Sartori que, como dijimos más arriba, supone espectadores, medios y productores abstraídos de su contexto —que, por lo demás, suele ser el contexto común de unos significados sociales compartidos.

Debemos conceder a Sartori, no obstante, que la imagen no dice quién es el asesino del individuo que yace muerto en una toma de televisión. Pero, por un lado, el mismo Sartori continúa señalando al locutor que describe la escena como mentiroso, ya sea por su propia decisión, ya sea por cumplir con una orden¹⁰⁵. Por otro lado, también podríamos pensar que el marco en el cual aparece el hombre muerto (la ropa que lleva, el barrio en el que está, la forma en que fue asesinado, etc.) puede montarse a propósito por la productora de televisión. Pero, en cualquiera de estos casos, el problema termina siendo otro. Ya no es la televisión la que tergiversa; son los directores y editores los que deciden armar la noticia. Sartori lo reconoce, pasa de un problema a otro sin detenerse en el desplazamiento, y utiliza esto como argumento a favor de su tesis de que todo en televisión son pseudoacontecimientos. En este sentido, su actitud es nuevamente dogmática: ¿qué garantías tenemos de que no puede suceder lo mismo en los periódicos? ¿Por qué confiar más en el reportero que relata por escrito los acontecimientos que en el que los relata por televisión?

¹⁰³ Kuhn, Th.: *La estructura de las revoluciones científicas*, México, F.C.E., 1992, pp. 197-198.

¹⁰⁴ Kuhn, Th.: 1992, pp. 199-200.

¹⁰⁵ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 101.

b.1. No sólo la televisión privilegia la noticia sobre el hecho

Las cadenas de transmisión de la información parecen ser mucho más vastas e incluir a muchos más participantes de los que Sartori supone al atribuir a la televisión el poder de inventar, ella sola, las noticias. En efecto, todo comienza por "la persona que presencia el hecho. [Esta] lo ve de manera selectiva; se da cuenta de unas cosas y no de otras, comunica unos aspectos del hecho y no otros". En segundo lugar, hay un reportero que transmite el testimonio de quien estuvo presente en el lugar del hecho, o de varias personas que lo presenciaron. Así como los testigos comunican el hecho ya desde una visión parcial del mismo —esto es, que aun el testigo directo *desinforma*—, el reportero "tiene que decidir qué hechos pone en la cadena de información, qué escribe, qué forma, color e importancia da al hecho." Pero ni siquiera es él quien pone la información a circular a un nivel masivo. Es su director quien decide si la información se modifica en algún sentido. A su vez, son las agencias de noticias las que transmiten el resultado a otras partes del mundo, que han elegido esa agencia entre otras como fuente fidedigna. El director de la agencia receptora es, por su parte, quien "debe decidir qué es, de lo que llega, lo que tiene que pasar a los periódicos y emisoras locales". Finalmente, el mismo proceso de decisiones se repite a nivel local, antes de que la información llegue al público¹⁰⁶.

He aquí, entonces, una descripción sintética de cómo se «inventan» una noticia. Ahora bien, lo interesante del proceso que acabamos de relatar es que no se refiere a la información televisada, sino a la información *publicada en los periódicos*. Asimismo, cabe subrayar que no se trata de una observación actual, sino que se remonta a hace casi treinta años, con lo cual inferimos que la sucesiva deformación-conformación de las noticias, desde que el hecho se produce hasta que llega al público de manera masiva, no sería un fenómeno exclusivo de nuestra época finisecular, ni de la televisión como medio privilegiado de comunicación.

Por otra parte, así como las emisoras de televisión tienen políticas de edición de las noticias, también las tienen los medios gráficos —y no son tan «ingenuas» como parece inferirse de las afirmaciones de Sartori. "La noticia es un valor. Aunque nada haya ocurrido, debe haber noticias. Es una aventura, un «reto», un juego apasionante de todos los días. La noticia es lo primero"¹⁰⁷ —sostiene a su vez Gomis, no como una reflexión referida a la televisión, sino sobre la prensa. Si hemos de dar crédito a que esto refleja el espíritu la esta última, entonces queda tan sujeta como la televisión a la «acusación» de producir pseudoacontecimientos y, en consecuencia, de desinformar o subinformar.

Finalmente, Sartori agrega a las limitaciones propias del medio —es decir, al hecho de que "la imagen es enemiga de la abstracción, mientras que explicar es desarrollar un discurso abstracto"¹⁰⁸— la escasa preparación de aquellos que están encargados de preparar los programas de noticias que se televisan. En este sentido, la televisión como instrumento de la comunicación no sería más que una herramienta deficiente puesta en manos de individuos poco capaces: "La cuestión es, insisto, que la producción de pseudoacontecimientos o el hecho de caer en lo trivial e insignificante no se debe a ninguna necesidad objetiva, a ningún imperativo tecnológico. (...) El nivel al que ha descendido nuestra televisión se debe

¹⁰⁶ Cf. Gomis, Lorenzo: *El medio media: la función política de la prensa*, Madrid, Seminarios y Ediciones, 1974, pp. 157-158.

¹⁰⁷ Gomis, L.: 1974, p. 161.

¹⁰⁸ Cf. Sartori, G.: 1998, p. 84.

fundamentalmente a un personal que tiene un nivel intelectual y profesional muy bajo¹⁰⁹; nivel que parece ser más elevado en el caso de los encargados de editar periódicos.

La evidencia que Sartori ofrece para justificar esta última afirmación nos remite nuevamente a la calidad que de hecho tienen los telenoticieros. Podríamos suponer, de todos modos, que el fundamento decisivo es la misma dicotomía que Sartori instala desde el inicio de *Homo videns*: la superioridad de la palabra escrita sobre la imagen que, en este caso, funciona como un prejuicio según el cual aquellos profesionales dedicados a la escritura gozan, por ese mismo hecho, de una superioridad intelectual de la que los que no se dedican a ella están privados. De esta manera, las noticias televisadas serían un producto de individuos intelectualmente atrofiados destinado a otros individuos con idéntica atrofia. Sólo que así no se explica el peligro de la manipulación. En efecto, si este diagnóstico fuera correcto, los engaños a los que este personal de bajo nivel intelectual pretendieran inducir al público, serían fácilmente descubiertos por algún televidente sensato.

Hay otro argumento en estas páginas que, de todos modos, remite a la misma dicotomía que liga el desarrollo intelectual a la letra escrita y la atrofia intelectual a la imagen, aunque esta vez la carencia no es del editor o productor sino del receptor. En efecto, si bien en términos cuantitativos la radio llega a un público más amplio que el periódico y la televisión alcanza a un público todavía más amplio que la radio, en términos cualitativos esta ampliación implica un empobrecimiento. Este responde a una doble razón. Por un lado, en lo que respecta a la radio, Sartori observa que “como la radio habla también para los que no leen, debe simplificar más y debe ser más breve, al menos en los noticiarios”¹¹⁰. Desde ya, esto mismo se aplica a la televisión, con el agravante de que la imagen es más accesible y más simple que el discurso oral de la radio, y en consecuencia termina por desplazarlo al punto en que el relato del reportero ocupa un lugar secundario respecto de las imágenes de por sí poco o mal elaboradas.

Suponer que el público por ser analfabeto requiere una presentación simplificada de la información —amén de ignorar la importancia de los grupos culturales que carecen de grafía y de reducir el desarrollo intelectual de la humanidad a la transmisión escrita de la cultura— implica adoptar una perspectiva de la cultura de corte «apocalíptico», en los términos en que es descrita por Umberto Eco. En este sentido, bien podrían intercalarse en las páginas de *Homo videns* afirmaciones como las que siguen: “Los *mass media* se dirigen a un público heterogéneo y se especifican según «medidas de gusto», evitando las soluciones originales. (...) Los *mass media* tienden a provocar emociones vivas y no mediatas. Dicho de otro modo, en lugar de simbolizar una emoción, de representarla, la provocan; en lugar de sugerirla, la dan ya confeccionada”¹¹¹. Son muchos los pasajes que podríamos seguir citando, sin forzar en absoluto la postura sartoriana. Y, así como esta caracterización apocalíptica puede ser propia de las páginas y el espíritu de *Homo videns*, también le son atribuibles las críticas que Eco dirige a Günther Anders: “Es evidente que, en este caso, al crítico no le interesa el contenido, ni las modalidades estructurales, ni las condiciones frutivas del mensaje. Lo que emerge en primer plano es una forma de atracción morbosa por el *mysterium televisionis*. Obrando de tal guisa, el crítico no nos ayuda a sustraernos a la fascinación, sino a sucumbir más ante ella. Su aspiración es, quizás, inducir a los suyos a desconectar el televisor. Pero que éste permanezca conectado para los demás es evidentemente

¹⁰⁹ Sartori, G.: 1998, pp. 83-4. Cf. también pp. 142 y ss.

¹¹⁰ Sartori, G.: 1998, p. 81.

¹¹¹ Eco, U.: 1993, pp. 56 y ss.

una fatalidad a la que la crítica no puede oponerse"¹¹². En otras palabras, Eco nos invita a desconfiar de los ataques en contra de la televisión que al pretender denunciar lo que en ella hay de emotivo, oscuro y morboso, revelan ellos mismos la emotividad, oscuridad y morbosidad de sus autores. ¿Qué otra cosa que la emotividad puede llevar a Sartori a identificar escritura con nivel intelectual alto, poniéndose así en una posición mucho más difícil de sostener: la de un eurocentrismo abandonado hace ya tiempo por la filosofía? ¿Qué otra cosa sino un elitismo cultural destinado hace tiempo a sucumbir? Argumentar que el déficit de la televisión no es de raíz tecnológica es discutible; pero remplazar tal argumento a cambio de hacerlo residir en que los receptores son analfabetos, es insostenible.

b.2. No sólo la televisión transmite noticias

A todo esto, por otra parte, se agrega que el público mismo, una vez que «recibe» la información funciona como transmisor de la misma, y decide qué comunica y cómo lo comunica, al mismo tiempo que decide qué información considera confiable y cuál es la fuente de información que considera confiable y cuál es la que no. Pero lo decisivo es que la función del público no es meramente la de recibir las noticias de manera pasiva, sino la de *transmitirlas*.

Apenas como un ejemplo de esto último, podemos apelar al caso de la noticia del asesinato de John F. Kennedy: según una investigación publicada por el *Public Opinion Quarterly*, sólo el 51% de la población de Estados Unidos se enteró del hecho por los medios; el resto lo supo dentro de las cuatro horas que tardó en propagarse la noticia por el país, pero por medio de encuentros con otras personas o por llamados telefónicos¹¹³. Si bien se trata de un acontecimiento ocurrido en una época en la cual el crecimiento cuantitativo de la televisión no tenía la extensión que manifiesta actualmente, es de creer que, dado que no todo el mundo dispone de televisores en sus lugares de trabajo, ni está permanentemente leyendo noticias en Internet, las proporciones no serían muy diferentes si un hecho de tales proporciones tuviera lugar entre nosotros, ahora¹¹⁴.

¿Qué consecuencias se siguen de todo esto? ¿Será que, a pesar de que el proceso de comunicación, selección y publicación de las noticias implique la misma producción de pseudoacontecimientos en cualquier medio, la televisión tiene el agravante de que «muestra» su información en imágenes? Pero ya argumentaremos que esta es una simplificación de la cuestión, en principio porque la objetividad total es una pretensión insostenible. Por otra parte, ¿por qué suponer que un lector de periódicos discernirá con más facilidad que un televidente que la noticia no le llega «tal como ocurrió»? Con esto, se desplazaría la crítica de las limitaciones del medio a las limitaciones de los sujetos. Sartori sostiene que ambas limitaciones son solidarias porque la primera determina a la segunda. Sin embargo, sin pretender que nuestro argumento sea demasiado profundo, bien se podría sostener que, dada la impopularidad de la televisión en algunos grupos de la sociedad —y que el mismo Sartori se propone impulsar con libro—, el lector sería más vulnerable a ser engañado por el diario, por dos razones: en primer lugar, porque el proceso de producción de noticias no difiere mucho de un medio a otro; en segundo lugar porque, a pesar de ello, el lector presta-

¹¹² Eco, U.: 1993, p. 39.

¹¹³ Cf. Gomis, L.: 1974, pp. 152-153.

¹¹⁴ Sería interesante investigar cuáles fueron las vías de propagación de la noticia de la destrucción de las Torres Gemelas en Nueva York, por ejemplo.

ría su confianza al periódico, tal vez, sólo como reacción a la desconfianza que deposita en la televisión. Si lo que se pretende es una comprensión acabada del problema, pues, no puede ser reducido a denunciar la influencia perversa de un medio perverso, ni a defender de manera ingenua la transparencia de un medio «neutral».

3. Información y comunicación: nuevamente la intersubjetividad

No es, entonces, en la consideración de los conceptos de pseudoacontecimientos y desinformación donde es más fructífero centrar la discusión acerca de la confiabilidad de los medios. Tampoco en la objetividad o el desinterés, que eventualmente sustraerían a la opinión pública de las influencias manipuladoras de la televisión. Tanto la imposibilidad de un desinterés total como su indeseabilidad fueron discutidas ya a propósito del carácter ideológico de tal pretensión¹¹⁵. En cambio, lo que resta de esta crítica al capítulo 2 de *Homo videns* se centrará en la prescindencia sistemática de Sartori respecto de la comunicación intersubjetiva. Obviar en el análisis de la comunicación social el hecho de que los individuos se comunican entre sí —además de estar «conectados» a los medios—, o suponer que esta comunicación consista sólo en reproducir la información recibida a través de la pantalla, implica desestimar el aspecto menos asible de los fenómenos de comunicación, pero también el más rico. Este aspecto de la crítica es, por otra parte, íntimamente solidario de la crítica a la concepción del lenguaje y a la ontología y antropología supuestas en la obra, cuyo cuestionamiento fue desarrollado en capítulos anteriores.

3.1. El concepto de público

Un poco más arriba en este mismo capítulo, hemos adelantado que Sartori parece considerar al público —que tiene el doble carácter de televidente receptor de la información y de los resultados de los sondeos por un lado, y de sujeto interrogado por tales sondeos, por el otro— únicamente en términos *individuales*. Esto implica que los individuos no se comunicarían entre sí, sino sólo con el medio o, por lo menos, que el diálogo de los individuos entre sí no sería relevante a los efectos del análisis del fenómeno comunicacional y mediático. También conjeturamos que, probablemente, Sartori consideraría que el desplazamiento de la comunicación intersubjetiva sería, justamente, efecto de la «invasión» de la televisión que transformaría a los otrora sujetos de comunicación en sujetos meramente receptivos. De este modo, el público que opina es, a su vez, el público que recibe información sólo del medio y confía plenamente en su autoridad. Pero, aun cuando esta confianza en los medios sea real —cuestión discutible—, de esto no se sigue que el público no se comunique entre sí.

Recurramos nuevamente a Gomis para proponer una definición de «público»: “Un público es un número de personas dispersas en el espacio que reaccionan ante un estímulo común proporcionado por los medios de comunicación”. Hasta aquí, no habría mayores diferencias con Sartori, si no fuera porque este concepto no coincide con el de «muchedumbre»: “La distinción importante es que los miembros de un público, a diferencia de los de una muchedumbre, se encuentran aislados en el espacio (...). Sin embargo, a causa de su

¹¹⁵ Cf. Ver Etchegaray, R. et alia: Informe final del proyecto de investigación “Ideología y medios de comunicación”, Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de La Matanza, 1999.

dispersión, el público no puede mostrar el apiñamiento, la intensidad emocional y la unanimidad impulsiva de una multitud. (...) Como miembro de un público, el individuo *tiene más conciencia de sí y de sus intereses que los del grupo*. No siente, como en la multitud, la presencia y la acción del vecino. (...) La conducta del público es, pues, simplemente la suma o resumen de las actitudes individuales de cada uno de sus componentes"¹¹⁶. De acuerdo con esta forma de concebir al público, entonces, los sujetos que lo componen conservarían un margen de individualidad y de autonomía que Sartori les niega en su forma de exponer el proceso de formación de la opinión pública, aun a pesar de responder a los estímulos del medio de comunicación. Los pronunciamientos sobre la cosa pública, así, no consistirían meramente en la expresión de sus sentimientos manipulados por la imagen televisiva, sino en la consideración conciente de la información recibida, por un lado, y de sus intereses, por el otro. De alguna manera, la respuesta del público respondería al *common sense* británico referido por Habermas; es decir, el juicio crítico privado sobre lo expuesto ante la consideración pública.

No obstante, esta definición no contiene aún el ingrediente intersubjetivo a favor del cual estamos intentando argumentar. ¿Qué es lo que hace del público, que está aislado en el espacio, una *unidad*? Porque la concepción del público como unidad no es posible tan sólo partiendo de la "suma de las actitudes individuales", como dice la cita más arriba. Además, si bien en ella está contenida la conciencia de los intereses individuales que Sartori le niega al público televidente, faltaría la comunicación y comunidad de esos intereses.

A este respecto, Gomis continúa: "La unidad del público tiene dos elementos. En primer lugar, un cierto grado de cultura común, de una cierta comunidad de costumbres, sentimientos, tradiciones, ideas recibidas, etc. En segundo, los impulsos que proceden precisamente del medio, las informaciones y los comentarios y las sugerencias que le llegan de éste. La unidad del público depende, pues, básicamente —puesto que los impulsos y estímulos procedentes del medio son los mismos—, de la pertenencia a un grupo social, de la comunidad de tradiciones culturales"¹¹⁷. Dicho en otras palabras, la unidad del público depende de que los individuos que lo conforman compartan un mismo mundo de intereses y concepciones comunes, una matriz interpretativa contenida en principio en el lenguaje.

Ya hemos argumentado que la concepción del «lenguaje concreto» que Sartori atribuye al *homo videns*¹¹⁸ no es admisible. Hasta el mismo Sartori reconoce en otra obra suya la existencia de un lenguaje materno sobre cuya base se construyen los lenguajes más específicos. Asimismo, en nuestro trabajo *Ideología y medios de comunicación* hemos subrayado el carácter último e irreductible del lenguaje como el ámbito en el cual se fraguan los sentidos que constituyen nuestro mundo social. Si bien hemos concedido que la preocupación de Sartori podría interpretarse en términos de la desvalorización o el adelgazamiento de esta esfera comunicativa, hemos visto que en reiteradas ocasiones el análisis de Sartori es abstracto y reduccionista. Más aún, muchas veces no parece escribir en defensa de la comunicación vital, sino que la menosprecia en comparación con un lenguaje «científico» y una comunicación neutral, con lo cual la hipótesis de que su análisis persigue la defensa del ámbito de comunicación intersubjetiva pierde fuerza. En efecto, en el trabajo mencionado, hemos concluido que es justamente el empeño por impulsar la asepsia comunicativa una de las amenazas más claras contra la fluidez y la fertilidad del mismo.

¹¹⁶ Gomis, L.: 1974, p. 148. Nuestro énfasis.

¹¹⁷ Gomis, L.: 1974, pp. 148-149.

¹¹⁸ Cf. Sartori, G.: 1998, pp. 45 y ss.

Contra Sartori, pues, diremos que no hay público sin un fondo común de intereses y sentidos, *anteriores* a su enfrentamiento con el medio de comunicación. Dicho en otras palabras, previamente a su constitución como público en relación a un medio cualquiera de comunicación, los individuos comparten ya una historia común, conforman una comunidad histórica de diálogo. Es en este ámbito compartido, por lo demás, donde podemos pensar que echa sus raíces la opinión pública: un suelo que no se reduce a la manipulación televisiva, si es que aceptamos que la hay.

3.2. El público y el mundo

Un último problema que examinaremos en esta parte del capítulo, es el del carácter demiúrgico de la televisión no ya en su carácter antropogenético, sino en su capacidad de construir un mundo especial para el espectador. A pesar de que, como señalamos más arriba, Sartori advierte que la televisión engaña porque saca de contexto las imágenes que transmite, la televisión crea un mundo para su público. Se trata de la capacidad creadora del medio que, llevada al extremo por Sartori lo impulsa a sostener que "*Non vidi, ergo non est*"¹¹⁹. Es evidente que, respecto de este problema, *Homo videns* manifiesta cierta ambigüedad. Sin embargo, este no será el punto de nuestra discusión en lo que sigue. En cambio, tomaremos la acusación de que la televisión estrecha los límites del mundo —suponemos que podemos considerarlo contexto— de los televidentes. En este sentido, Sartori afirma sin más que: "Todo el mundo habrá observado que en la televisión ahora son cada vez más abundantes las noticias locales y nacionales y cada vez más escasas las noticias internacionales"¹²⁰. A partir de lo cual podemos inferir que a raíz de la falta de lectura y su reemplazo por el «telever», cada vez más sectores de la humanidad son excluidos de lo que para algunos es la realidad, dado que las noticias se restringen cada vez más a las áreas cercanas, locales, accesibles a los equipos que permiten mostrarla. Con esta tendencia, no sólo se pierde acceso a zonas remotas del planeta, argumenta Sartori, sino que se protege a los regímenes totalitarios que se resisten a la intromisión de la televisión en sus países y sus asuntos: "La cámara de televisión entra fácil y libremente en los países libres; entra poco y con precaución en los países peligrosos; y no entra nunca en los países sin libertad. De lo que se deduce que cuanto más tiránico y sanguinario es un régimen, más lo ignora la televisión y, por tanto, lo absuelve"¹²¹.

Ahora bien, esta serie de afirmaciones contiene más de un problema que merece ser tratado separadamente de los otros. En primer lugar, está la cuestión de si efectivamente la televisión tiende a ser cada vez más local; en segundo lugar, habría que ver si la causa de la localización —suponiendo que ese diagnóstico fuera acertado— está en la dificultad de mostrar los lugares remotos; finalmente, tenemos el problema de la función democratizante de la televisión o su actitud complaciente frente a las tiranías.

Respecto del primer punto, Sartori parece ir en contra de la mayoría de las apreciaciones contemporáneas al respecto. Gianni Vattimo, por ejemplo, encuentra en los *mass media* un fenómeno de relevancia tanto histórica como teórica respecto no sólo de la concepción del mundo de los individuos sino también de lo que concebimos como mundo. En lo que hace a su papel histórico, Vattimo sostiene que "Estos medios —periódicos, radio,

¹¹⁹ Sartori, G.: 1998, p. 90.

¹²⁰ Sartori, G.: 1998, p. 82.

¹²¹ Sartori, G.: 1998, p. 89.

televisión, y en general todo aquello que hoy se denomina telemática— han sido determinantes para el venir a darse de la disolución de los puntos de vista centrales, de aquéllos a los que un filósofo francés, Jean François Lyotard, llama los grandes relatos. (...) lo que de hecho ha sucedido, a pesar de cualquier esfuerzo por parte de los monopolios y las grandes centrales capitalistas, es (...) que la radio, la televisión y los periódicos se han convertido en componentes de una explosión y multiplicación generalizada de *Weltanschauungen*: de visiones del mundo”¹²². Como dijimos, este papel histórico tiene también una relevancia teórica: el mundo ya no es uno, la historia ya no es una, la realidad ya no es una, tal como pretendiera la filosofía desde la Ilustración —pretensión que, suponemos, en virtud de sus supuestos iluministas comparte Sartori. Según Vattimo, como consecuencia de la apertura mediática, la realidad estalla en fragmentos que nos obligan ahora a hablar de «realidades» y, con ella, se produce un efecto contrario a la localización de la que habla Sartori. Esto es así, porque nuestra realidad local ya no puede aparecernos como *la* realidad. Dicho en otras palabras, reconocemos lo local como meramente local e incorporamos a nuestro mundo muchos otros gracias a los medios de comunicación masiva. Pero, en este proceso, lo más importante no es poder ser espectador de una mayor cantidad de realidades. Por el contrario, Vattimo encuentra que “el mundo de la comunicación generalizada estalla en una multiplicidad de racionalidades «locales» (...) que *toman la palabra*, al no ser, por fin, silenciadas y reprimidas por la idea de que hay una sola forma verdadera de realizar la humanidad, en menoscabo de todas las peculiaridades, de todas las individualidades limitadas, efímeras y contingentes”¹²³. Es, pues, en la posibilidad de tomar la palabra, en la posibilidad de reivindicarse como realidad de lo local donde reside la esperanza de emancipación en la sociedad de comunicación mediática, según Vattimo.

Sartori cuestiona el valor de que las palabras locales sean expuestas, como vimos ya en el caso de las encuestas de opinión, y también en las historias de vida que transmiten los noticiarios y los programas de tipo *talkshow*. Pero los argumentos de Sartori en este sentido, nuevamente, no son suficientemente fuertes. Que el espacio de este tipo de programación sea significativamente alto, implica la necesidad de estudiar las razones de su crecimiento y no la expresión del propio rechazo, como diría Eco. Tampoco significa por sí mismo que los individuos pierdan interés en los acontecimientos que tienen lugar en países o regiones lejanas.

Es posible que la proporción de noticias internacionales varíe de país en país. Es más, también es posible que los lugares acerca de los cuales se proporcionan noticias internacionales sean variables. Pongamos por ejemplo que, mientras que en la Argentina casi nunca falta alguna información respecto de Estados Unidos, en España puede no hablarse de este país en las noticias, pero nunca falta alguna sobre Marruecos. Y para observar este fenómeno no es necesario mirar televisión; basta con hojear periódicos de uno y otro país. El punto es que la decisión sobre las noticias que se difunden —si son locales, si son internacionales y en este último caso, de dónde son— depende de otros factores que no son la televisión como medio y los productores de los noticiarios televisivos. Estos otros factores son, principalmente, la relación de los propietarios de los medios —tanto de la televisión como de las radios y los periódicos— con los sectores de poder de los distintos países, y la posición del país de que se trate en cada caso en el concierto internacional.

¹²² Vattimo, G.: “Posmoderno, ¿una sociedad transparente?”, en *La sociedad transparente*, Barcelona, Paidós, 1990, pp. 78-79.

¹²³ Vattimo, G.: 1990, p. 84, énfasis nuestro.

Desde ya, en esto tiene poco o nada de sentido argumentar que, dado que para difundir una noticia por televisión hay que mostrarla —porque éste es el imperativo televisivo—, y para mostrarla hay que trasladarse al lugar de los hechos, la tendencia general es la de reducir el espacio que ocupan las noticias referidas a lugares lejanos por los costos del traslado y acceso a dichos lugares. Tanto «el hecho», como su relación y las imágenes del mismo son accesibles actualmente mediante las agencias de noticias. Y, nuevamente, esto vale tanto para la televisión como para el periódico. Otro problema sería el discutir las consecuencias de los monopolios de la información que pueden resultar ya como consecuencia de la inexistencia de una cantidad de empresas que garanticen la diversidad de miradas, ya como consecuencia de la decisión de un gobierno de no admitir más que una agencia encargada de la difusión, como fue el caso de la Guerra del Golfo, por ejemplo. Pero esto ni es culpa de la televisión, ni es causa de la generación del *homo videns*. En todo caso, si alguna responsabilidad le cabe a la televisión, diríamos que es en un sentido contrario al que alude Sartori: una mayor preocupación por el control del medio responde a una mayor potencialidad del medio de poner en circulación imágenes que los gobiernos preferirían mantener ocultas, no siempre por razones «de bien público».

Estas consideraciones nos llevan, en tercer lugar, a la relación de la televisión con los sistemas democráticos por un lado, y los totalitarios, por el otro. Porque es bien sabido que en lo que hace a los regímenes democráticos, la comunicación mediática no es todo lo «libre» que la teoría democrática promete. El caso que citamos en el párrafo anterior es, en efecto, un claro ejemplo de ello, máxime teniendo en cuenta que la restricción en la difusión de la información provino de un país que se autoproclama símbolo mundial de la democracia y la libertad. Nuevamente, esto no es consecuencia directa del medio mismo. Norberto Bobbio analiza, entre otras “promesas no cumplidas” de la democracia, el problema de la publicidad de los actos de gobierno. En este sentido, y apoyando el espíritu democrático de transparencia en Kant¹²⁴, sostiene que: “la obligación de la publicidad de los hechos o actos de gobierno es importante no sólo, como se suele decir, para permitir que el ciudadano conozca las acciones de quien ostenta el poder y, por tanto, controlarlas, sino también porque la publicidad constituye ya de por sí una forma de control, es un expediente que permite distinguir lo que es lícito de lo que no lo es”¹²⁵. Es comprensible, pues, que la televisión forme parte de la vida cotidiana en los países democráticos, dado que en principio la publicidad como forma de control es un supuesto de tal régimen de gobierno. La vinculación de la publicidad con la opinión pública es, por lo demás, clara: si el control del gobierno por parte de los ciudadanos es condición del sistema, la opinión pública es expresión de este control y, para conformarse, requiere de la publicidad de los actos de gobierno mediante la información de los medios disponibles en cada época. Sin embargo, existe una dificultad propia de las democracias reales que Bobbio considera y es que, a pesar del desarrollo de los medios que garantizarían la publicidad, la tendencia presente es contraria a las premisas democráticas: “no ya hacia el máximo control del poder por parte de los ciudadanos, sino, por el contrario, hacia el máximo control de los súbditos por parte del poder”¹²⁶. Se trata, según este texto, de una incapacidad de la democracia de cumplir su promesa no como consecuencia de la televisión, claro, sino de algunos aspectos de la realidad del pre-

¹²⁴ Cf. Kant, I.: *La paz perpetua*, México, Porrúa, 1983, trad. de F. Larroyo, Apéndice II, p. 243: “sin publicidad no habría justicia, pues la justicia no se concibe oculta, sino públicamente manifiesta; no habría, por tanto, derecho, que es lo que la justicia distribuye y define”.

¹²⁵ Bobbio, N.: *El futuro de la democracia*, Barcelona, Planeta-Agostini, s/d, p. 36.

¹²⁶ Bobbio, N.: s/d, p. 37.

sente imposibles de prever en el siglo XVIII. Uno de ellos es el de la tecnocracia. En efecto, en la medida en que los técnicos desplazan al hombre común como sujetos autorizados para opinar respecto del destino de las naciones, entonces el control popular no sólo no es necesario sino que pierde toda relevancia por no ser «autorizado»¹²⁷. Por su parte, Eric Hobsbawm coincide en su diagnóstico de la época final del siglo XX con el que acabamos de citar: “Así, quienes menos problemas tenían a la hora de tomar decisiones eran los que podían eludir la política democrática: las corporaciones privadas, las autoridades supranacionales y, naturalmente, los regímenes antidemocráticos. (...) Sin embargo, cada vez más los gobiernos hacían lo posible por eludir al electorado y ponían después a aquéllos en la perspectiva de revocar un *fait accompli*, confiando en la volatilidad, las divisiones y la incapacidad de reacción de la opinión pública”¹²⁸.

¿Qué nos dicen, en síntesis, estas referencias respecto del problema de la relación de los medios con los regímenes democráticos? Observamos, por un lado, que los dos autores que acabamos de citar coinciden en establecer una relación íntima y necesaria entre la democracia, la publicidad de las decisiones de gobierno y la opinión pública. A su vez, ambos manifiestan una preocupación respecto de que en la realidad, los gobiernos democráticos se las arreglan para eludir lo que el propio espíritu de la democracia requiere. En este sentido, el debate de Sartori acerca de la autonomía de la opinión pública y la advertencia sobre su constante heteronomización son más que legítimas. No obstante, vemos que ninguno de los autores a los que hemos recurrido encuentran un culpable de la amenaza a la autonomía ciudadana en la televisión. Hobsbawm más que Bobbio, por el contrario, observa que: “la tendencia sistemática de los gobiernos a esquivar el proceso electoral exageró la función política de los medios de comunicación de masas, que cada día llegaban a todos los hogares y que demostraron ser, con mucho, el principal vehículo de comunicación de la esfera pública a la privada. Su capacidad de descubrir y publicar lo que las autoridades hubiesen preferido ocultar, y de expresar los sentimientos públicos que ya no se articulaban —o no se podían articular— a través de los mecanismos formales de la democracia, hizo que los medios de comunicación se convirtieran en actores principales de la escena pública”¹²⁹. De esta manera, vemos que la televisión sería un aliado de la opinión pública, más que su enemiga: del mismo modo que con Vattimo subrayamos el papel que tienen los medios para que las distintas realidades tomen la palabra, tenemos en esta apreciación de Hobsbawm un énfasis en el papel articulador de la opinión pública que los medios de comunicación tienen en las postrimerías del siglo XX. Por supuesto, ni Bobbio ni Hobsbawm son ingenuos frente a las posibilidades de los medios y, en particular, de la televisión. Bobbio nos advierte sobre la posibilidad del medio de invertir el ejercicio del control; Hobsbawm, por su parte, aclara que “aunque los medios de comunicación tengan un enorme poder para contrarrestar el secretismo del gobierno, ello no implica que sean, en modo alguno, un medio de gobierno democrático”¹³⁰. De todos modos, reconocemos en ambos planteos un problema mucho más profundo que la “transmisión de información en imágenes”. Se trata, en cambio, de la necesidad de analizar las consecuencias de los procesos históricos que han tenido lugar a lo largo del último medio siglo, de replantearse qué se entiende por democracia —tanto en la teoría como en la práctica de los países que así se denominan—, y de examinar los medios con los que en el presente contamos para mejorar las condiciones de nuestra

¹²⁷ Cf. Bobbio, N.: s/d, pp. 41-42.

¹²⁸ Hobsbawm, E.: *Historia del siglo XX*, Barcelona, Crítica, 1992, p. 572.

¹²⁹ Hobsbawm, E.: 1992, p. 573.

¹³⁰ *Ibidem*.

medios con los que en el presente contamos para mejorar las condiciones de nuestra vida. Pero, con satanizar a la televisión, no haremos gran cosa.

Queda, aún, un aspecto de esta parte del análisis de Sartori por discutir, y es su consideración de la incidencia diferencial de la televisión en los países democráticos y en los países totalitarios. Según el texto que citamos unas páginas más arriba, la televisión protege a los sistemas totalitarios porque no ingresa en estos países con facilidad, mientras que desprotege (?) o debilita (?) a los sistemas democráticos por su omnipresencia en ellos. Según lo que venimos de argumentar en los últimos párrafos, lo que amenaza a la opinión pública y a la «pureza» de la democracia, no sería la presencia de la televisión sino una dificultad propia de la lógica democrática y de su realización en la historia. En este sentido, los mismos países democráticos adoptan un carácter autocrático que, contrariamente a lo que sostiene Sartori, sería más difícil de contrarrestar si no fuera por la función de control que se ejerce desde los medios de comunicación masiva. Si la preocupación de Sartori no es la de que la televisión no sea capaz de cumplir con esta última función, sino que transforme a cada uno de los ciudadanos de las democracias en un *homo videns*, entonces parecería que los que mejores perspectivas tienen son los súbditos de los regímenes totalitarios, que mantendrán intacta su calidad de *homo sapiens* por haberse mantenido a salvo del poder antropogenético de la televisión. Pero todo esto es absurdo. Si una parte del mundo queda excluida del interés de la televisión, responde a situaciones que escapan a los rasgos propios de los medios. Y el hecho de que algunos países sean totalitarios no es la única razón por la cual no aparecen en la televisión. Tomando nuevamente a Estados Unidos como ejemplo, con ocasión del reciente atentado a las Torres Gemelas, fue un comentario generalizado en los medios la escasez de imágenes del desastre que fueron transmitidas, amén del momento en el que los aviones impactaban contra las torres y el derrumbe de algún edificio captado a la distancia. ¿Diremos, entonces, que la televisión, al no mostrar nada más, protegía a un sistema totalitario? ¿Diremos que burlaba a la opinión pública? Sea cual sea la clave para analizarlo, el problema es mucho más complejo que la simple identificación de la televisión con el espectáculo y de la inflación de la imagen con la deflación del pensamiento.

El título de esta sección es “el público y su mundo”. En síntesis, pues, diremos que el público comparte un mundo que no se limita al estímulo del medio. Cuál y cómo es la realidad objetivada en este mundo tampoco se limita a él. Desde las experiencias más íntimas y menos generalizables, hasta lo que se le impone como inapelable o «dado» —porque aun cuando en el análisis se descubra que la realidad no es dada, en ocasiones puede imponerse como tal— está en juego en lo que llamamos mundo. Lo no compartido o lo imposible de compartir en sí mismo se comparte, de alguna manera, en la interpretación de la realidad. Y las acciones de los individuos son también su forma de interpretar la realidad. En esta reconstrucción permanente e inagotable del mundo, la televisión acerca más de lo que oculta y exige menos ingenuidad que la que Sartori supone que fomenta.

4. Algunas conclusiones parciales

Para enunciar algunas conclusiones de la crítica a este capítulo de *Homo videns*, retomemos las tesis centrales que Sartori desarrolla en él. En primer lugar, está el riesgo que la televisión representa para la autonomía de la opinión pública a causa de los efectos negativos de la televisión. En segundo lugar, lo que provoca estos efectos negativos es la mala información que difunde la televisión ya sea a) mediante la producción de encuestas de

opinión, b) mediante la desinformación y la subinformación, c) mediante la producción de pseudoacontecimientos. Todo esto, claro está, ligado a que la forma que adopta el medio para transmitir la información es la de la imagen. Respecto del primer punto, a lo largo de nuestra argumentación hemos visto que si la autonomía de los ciudadanos en los sistemas democráticos está en peligro, eso se debe a una situación en la cual los medios son solamente un factor más. En efecto, la democracia es un gobierno de opinión. Pero en qué consiste, cómo se conforma y cuál es el papel de la opinión pública en el juego de fuerzas de las democracias es un problema que excede el poder demiúrgico de la televisión. Si la experiencia nos muestra democracias debilitadas en distintos lugares del mundo, no es algo que podamos resolver ni comprender condenando a la televisión.

Respecto del segundo punto en el cual se desglosan algunos aspectos del primero, diremos que gran parte de los argumentos de Sartori se desprenden de su mirada abstracta sobre el medio y sobre los individuos que constituyen su público. En este sentido, si algo es condenable en las encuestas de opinión, no es el medio que las fomenta o que las difunde, sino el sistema que las utiliza, que les da forma y que define su propia forma mediante ellas. Instalado en su supuesto ilustrado y cientificista, Sartori pierde pie en la corriente comunicacional y los juegos de interpretación y reinterpretación que ella genera y recurre a un marco abstracto desde el cual de ninguna manera podrá dar cuenta de ella y, mucho menos, criticarla con acierto. Entiéndase que no es el caso que nosotros sostengamos que la televisión informa de manera adecuada, que es transparente, o que es apenas una herramienta que podamos utilizar ingenuamente. Por el contrario, el marco en el cual nos posicionamos nos lleva a dudar de toda pretensión de transparencia y, en consecuencia, exigir una crítica que no por verse obligada a reconocer sus límites es menos necesaria ni menos profunda. En este último sentido, rechazamos los conceptos de pseudoacontecimiento y de subinformación y desinformación sobre la base de una concepción activa de la percepción. Este carácter activo de la percepción, finalmente, deriva en un concepto activo de la *recepción* que para Sartori, al igual que la percepción es abstracto pero que para nosotros tiene lugar dentro del contexto de la comunicación intersubjetiva.

TERCERA PARTE

1. La influencia de la video-política en los procesos electorales

Sartori había tratado la cuestión de la video-política, y en ese caso había analizado procedimientos tales como el sondeo, la opinión pública, etc.; ahora se propone analizar la influencia de la video-política en dos planos: en el de los procesos electorales y en el de la acción de gobierno.

Para tratar la cuestión de la influencia en los procesos electorales Sartori historiza muy brevemente el modo en que se ha desarrollado la política hasta mediados del siglo XX. De este modo advierte cuatro aspectos nucleares en esos procesos: 1) organizaciones políticas de masas, 2) políticas ideológicas, 3) candidatos partido dependientes, y 4) escasa atención a los requerimientos de los electores.

En el primer caso se refiere a los grandes partidos políticos con sus sistemas graduales y jerárquicos de cuadros militantes. Estas organizaciones, al mismo tiempo, implican una jerarquización y distribución gradual del poder de los integrantes como consecuencia necesaria del modo de funcionamiento de estas instituciones.

En cuanto a las políticas ideológicas, la cuestión está referida a la posición teórica que sostenían los partidos en ese período. Advirtamos que el empleo por parte de Sartori del término "ideología" es el de una de sus acepciones más simples y básicas: como conjunto de ideales, en este caso, políticos. Pues bien, durante este período estas organizaciones de masas sostuvieron y defendieron una determinada concepción de la realidad y del modo de transformarla frente a los otros y frente al espacio político en general. De ese modo, dice, se construyó un espectro de posiciones que va desde la izquierda a la derecha con sus propias ideas (en este sentido ideológica) respecto de lo que era el mundo y la acción a desarrollar consecuente con ella. Por la vía negativa, diríamos que esta característica implica que no se produce una supresión de las ideologías en aras de un pragmatismo político.

El carácter partido-dependiente de los candidatos implica que existía una predominancia del partido sobre el candidato. Este rasgo se sustenta en la serie de mecanismos internos propios del funcionamiento de los partidos políticos tradicionales (negociaciones, elecciones internas, representatividad de los militantes), funcionamiento en el cual los candidatos debían ascender a través de proceso internos que implicaban gradualidad y selectividad.

En cuanto a la escasa atención a los requerimientos de los electores, se trata de un predominio de la oferta electoral sobre la respuesta a una demanda. Esta cuestión está en relación opuesta con lo visto anteriormente, es decir, con la prevalecencia de los sondeos en la video-política que implican la actitud de estar constantemente a la caza de qué ocurre con el elector a través de las encuestas, los análisis de mercado, etc. Contrariamente a lo que es de suponer, este permanente someter al electorado a interrogación termina siendo o bien un fin en sí mismo o bien un falseamiento de la opinión de aquél, con lo que es un preguntar sordo incapaz de registrar sus necesidades.

Obviamente, en esta caracterización la política no estaba atravesada por la televisión, lo cual no quiere decir que los medios de comunicación no existiesen y, al mismo tiempo, que tuviesen influencia como, por ejemplo, la prensa. Ahora bien, cuando Sartori se refiere al papel de la prensa en este contexto, sostiene que es imposible determinar cuál era el grado de influencia de la prensa sobre el desarrollo de la actividad política en este período.

Entre los argumentos que al respecto enarbola Sartori (argumento que tratándose de las ciencias sociales resulta de escaso relieve metodológico) se encuentran, en primer lugar, la ausencia de experiencias contrafactuales (lo cual es metodológicamente inviable). Y aún así, reconoce que los periódicos eran órganos de determinados partidos políticos y, como tales, tendían a legitimar y reforzar la acción de esos partidos.

Pero en esta situación, para Sartori, han ingresado en un proceso de "progresivo debilitamiento" a partir de la incidencia del medio televisivo en los procesos electorales. Esto le permite enunciar una "regla general" respecto de la relación televisión-proceso electoral: "la televisión influye más cuanto menor son las fuerzas contrarias en juego, y especialmente cuanto más débil es el periódico, o cuanto más débil es la canalización partidista de la opinión pública"¹³¹. En otras palabras, el poder de la televisión es inversamente proporcional al poder de los partidos políticos y a los periódicos.

En primer lugar, podemos advertir cierto formalismo abstracto en la posición de Sartori: su estrategia argumentativa se trata simplemente de una regla de proporción inversa. En segundo lugar, pareciera haber aquí una simplificación porque se supone un carácter unitario de la televisión y de los otros elementos. Por ejemplo, no se contempla la posibilidad de que exista en el funcionamiento concreto un reforzamiento de los tres factores sobre una determinada fuerza política (cosa que históricamente se ha producido las más de las veces). Pareciera que aquí prevalecen las categorías de análisis de Sartori en las que se opone lo letrado a lo visual, lo cual se manifiesta claramente como un déficit, porque no le permite advertir, al menos como posibilidad, que exista unidad de intereses y acción entre la televisión, el periódico y el partido; y esto sólo es explicable por los criterios de análisis de Sartori en los que la televisión supone una lógica totalmente diferente e incompatible con la propia de la cultura letrada. En tercer lugar, la regla tampoco considera la posibilidad de que la oposición se dé dentro de la televisión, es decir, que el mismo medio sea utilizado por partidos opuestos, se haga esto a través de distintos canales o del mismo. Aunque en este aspecto, quizá la argumentación de Sartori (debemos suponerla en tanto no la explicita) sería que aunque se encuentren enfrentados, ambos colaboran en la difusión de una misma lógica: se oponen los intereses partidarios, pero para ello se utiliza la misma forma, es decir, la forma de la video-política. Y así, el problema no se encuentra en qué partido se imponga, sino en qué *forma* de hacer política resulte triunfante. Por ejemplo, si es cierto, como dice nuestro autor, que la televisión "personaliza", con lo cual ya no importa la ideología política del partido sino el candidato mediático; entonces en un proceso electoral definido en términos mediáticos televisivos habrá de imponerse una forma no intelectual, es decir, no una adhesión a un programa político, sino una figura mediática porque lo que habrá cambiado es la forma de hacer política.

Culminado este período de oro de la política que Sartori simplemente esquematiza, lo que actualmente estaría funcionando es la denominada video-política. En ella señala seis factores que inciden en los procesos electorales: 1) la personalización, 2) la emotivización, 3) el reemplazo de las autoridades cognitivas, 4) la imposición de los contenidos, 5) la aldeanización y 6) la tribalización.

La primera cuestión, anticipada más arriba, es la personalización. Concretamente en los procesos electorales dominados por la video-política lo que más importa son los rostros, su carácter agradable, la gesticulación, la sonrisa, y lo que menos importa es lo que ese rostro dice (el sentido de las palabras que pronuncia ese rostro); por eso concluye diciendo:

¹³¹ Sartori, G.: 1998, p. 107.

“el video-líder más que transmitir mensajes es el mensaje”¹³².

En ese pasaje Sartori hace una consideración interesante también en lo que toca concretamente a nuestra historia nacional. Reconoce que éste proceso de personalización ya se había dado con la radio y que al respecto contamos, dice, con tres eminentes dictadores que dan cuenta de ello: “Hitler, Mussolini y Perón se las arreglaron perfectamente con la radio, los noticiarios proyectados en los cines y los comicios”¹³³. No deja de tener cierta gracia la referencia a los comicios cuando se analiza la relación entre la democracia y la televisión, porque pareciera decir Sartori que los procesos electorales son medios dictatoriales; con lo cual las elecciones pueden ser democráticas o no, dependiendo en cada caso no de los modos de elección, sino de la preferencia o animadversión que Sartori profese por los candidatos. Y agrega: “la diferencia es que Hitler magnetizaba con sus discursos histéricos y torrenciales y Mussolini con una retórica lapidaria”¹³⁴, con lo cual nos deja suspensos al privarnos de su reflexión esclarecedora acerca de cómo se la ingeniaba Perón. Al margen de este comentario que incluso podríamos considerar sólo anecdótico, llama la atención cómo Sartori, en su empeño por satanizar la televisión y con ella la video-política, no es capaz de reconocer en sus propias palabras un argumento contradictorio con sus propias tesis. En efecto, Sartori sostiene aquí que el discurso de Hitler es *histórico*, rasgo que no parece propio del lenguaje «abstracto» que defiende de los embates emotivos de la imagen y de la televisión en capítulos anteriores. Asimismo, se refiere a la *retórica* de Mussolini, suponemos en términos peyorativos, atribuyendo a la letra oral tanta capacidad de engañar, de disfrazar, como a la imagen. Para Sartori, este pasaje es apenas una concesión a tres excepciones históricas. Para nosotros, es la muestra de que el planteo de *Homo videns* es reduccionista y que la comunicación de masas es un fenómeno con una historia rica —incluso anterior al siglo XX— que Sartori, por sus prejuicios, se priva de investigar.

La personalización nos lleva a la segunda característica: la “emotivización”. Si la personalización implicaba que el rostro era o no telegénico, es decir, generaba o no efectos a través de la televisión, ahora la cuestión se centra en la relación afectiva. Hay entonces entre la personalización y la emotivización un desplazamiento de la cuestión; este predominio de la función emotiva conlleva un eclipsamiento de la reflexión. Podríamos recordar al respecto las objeciones de Gadamer a Habermas, cuando advierte que lo propio de la política también lleva un carácter retórico que tiene relación con los afectos. La diferencia con el planteo de Sartori quizá se encuentre en que en la reflexión prima el *logos*, aunque éste también conlleve elementos afectivos, mientras que en la visión lo que prima es el *pathos*, es decir, que la oposición se establece entre palabra e imagen. De modo que en la retórica, aun con todos los elementos emotivos que organicen su finalidad persuasiva, el primado es de la palabra. Con lo cual, Sartori se estaría refiriendo a una cualidad emotiva propia y exclusiva de la imagen.

En tercer lugar, y correlativamente al desplazamiento de la palabra, hay un desplazamiento de las autoridades políticas. Esto es, son las estrellas del espectáculo: actores, actrices, futbolistas, animadores, etc., los que dan su opinión (a esto Sartori lo llama “falsos testimonios”), y así se deja de lado a los “formadores de opinión”, es decir, a aquellos entendidos en política. Sartori llega a un punto en el que su exacerbada defensa de la cultura letrada lo lleva a afirmar que ni tan sólo la educación general habilita para la difusión de la

¹³² Sartori, G.: 1998, p. 108.

¹³³ Sartori, G.: 1998, p. 108 (énfasis nuestro).

¹³⁴ *Ibidem*.

opinión política, sino que los formadores de opinión deberían ser politicólogos (interrogado por televisión, dice, un médico emite acerca de lo político juicios tan banales como cualquier iletrado). Esta línea de análisis, que podría ser fructífera en tanto cuestionamiento de la "cultura formal", es desaprovechada sin embargo en beneficio de la *especialización* política; en este aspecto la cuestión queda reducida a aquellos que pudiesen ser considerados "expertos" de la política, las *talking heads*, y por lo tanto, a una concepción técnica del saber.

Aquí reaparece el problema del status del saber político. Resultaría esclarecedor poder establecer si Sartori se inclina por una concepción cercana a la platónica, donde la *episteme* y la opinión aparecen en planos diferentes y opuestos, o si se inclina por una de tipo aristotélico, donde se trata de una prudencia práctica en la que no hay un saber demostrativo de lo político que esté separado de la experiencia común. Por momentos pareciera perfilarse como un platónico para quien los que opinan sin la formación específica en la política ocuparían del papel de los *filodoxos* sin autoridad alguna para pronunciarse políticamente, mientras que la prudencia práctica aristotélica implica una valorización positiva del hombre común. En Sartori el saber político es un saber que es propio del experto, del técnico, del ingeniero social, más que algo propio del hombre común. Y al respecto es pertinente recordar la objeción de Gadamer a Habermas cuando, a propósito de la ideología, se discuten temas análogos: al plantearse que la posibilidad de encontrar una transparencia en el discurso y que por tanto se exige que la crítica de la ideología deba darse en una instancia que no sea la propia del lenguaje cotidiano o del mundo de la vida, sino en el lenguaje científico, Gadamer objeta que el enorme prestigio social de la ciencia constituye un elemento de heteronomía que imposibilita la expresión discursiva de la libertad de los hombres de modo que las decisiones quedan adheridas a lo que la ciencia dice como verdad.

A propósito de este problema podríamos citar un pasaje esclarecedor, dice Sartori: "La educación en general no produce necesariamente efecto de arrastre alguno sobre la educación política. Por el contrario, cada vez más, la educación especializa y nos limita a competencias específicas. Aunque, en hipótesis, tuviéramos una población formada por licenciados, no está claro que por ello habría un incremento relevante de la parte de población que se interesa y especializa en política. Y, si fuera así, el problema quedaría tal y como está. Pues un químico, un médico o un ingeniero no tienen una competencia política que los distinga de quien no la tiene. Sobre cuestiones políticas dirán las mismas trivialidades o necedades que puede decir cualquiera"¹³⁵. En un principio podría considerarse que este pasaje cuestiona el prejuicio burgués de que aquél que sabe es el "doctor", pero en verdad no lo cuestiona en defensa de la capacidad popular para pensar lo político, sino en favor de una hiperespecialización.

El cuarto efecto de la video-política es que los problemas y los acontecimientos mediáticos se imponen sobre los problemas reales. Hasta ahora la discusión estaba centrada en las formas: personalización, emotivización, reemplazo de autoridades; ahora la cuestión se centra en los contenidos. Y este reemplazo es doblemente distorsionador porque, como ya se vio anteriormente, estos problemas y acontecimientos mediáticos no son siquiera verdaderos problemas y acontecimientos, sino pseudo problemas y pseudo acontecimientos. El ejemplo que Sartori brinda al respecto es el de los rehenes en la embajada estadounidense en Irán, y aquí nos muestra toda su capacidad de análisis como politicólogo cuando dice: "El presidente Reagan se lanzó a la historia del Irangate porque cada noche veía llorar en la

¹³⁵ Sartori, G.: 1998, pp. 125-126.

televisión a los padres de los rehenes”¹³⁶. Suponemos que Sartori considera que la televisión le impone a un presidente que pasa sus noches mirando la «tele» la triste cuestión de unos padres llorando y por eso decide que debe actuar.

Y, continuando con el problema de los contenidos, la quinta consecuencia de la video-política es la aldeanización. Con claras referencias a McLuhan, pero invirtiendo su sentido, Sartori identifica a la video-política como acentuadora de lo local en las noticias. Este localismo es explicado por Sartori con argumentos que resultan del todo injustificables: los costos y la accesibilidad. Con esto quiere decir que las noticias locales pueden ser cubiertas con equipos que no necesitan trasladarse y que por ello resultan menos costosas. Nos dice: “Al periódico que recibe sus noticias de una agencia, saber lo que sucede en el mundo no le cuesta nada o, en cualquier caso, poquísimo, pero desplazar a una *troupe* televisiva cuesta muchísimo. Por este criterio, noventa y nueve de cada cien acontecimientos no se nos muestran. Un criterio del que entiendo la fuerza contable, pero que maximiza la precariedad y la arbitrariedad de las informaciones que de ello resultan. A fin de cuentas, la televisión «global» está diez a veinte veces más ausente en lo que se refiera a la cobertura del mundo que el periódico”¹³⁷. Con esto Sartori se revela como un pensador anterior al uso extendido del cable coaxial. Y explicita la cuestión de la accesibilidad en tanto las noticias, dice Sartori, se refieren a territorios a los que pueda llegar una cámara, es decir, territorios en los que funcionen regímenes democráticos, y no a aquellos que por estar dominados por tiranías y que al tener altos niveles de censura hace imposible efectuar transmisiones.

La sexta y última característica, interesante no por la argumentación que la sostiene sino porque implica a la Internet y con ello un ir más allá del espacio televisivo, es la tribalización. En efecto, mientras hasta el momento el eje de la exposición era la televisión, Sartori muestra que cuando sus fines requieren otro medio, no vacila en introducirlo. Este concepto hace referencia a grupos que aunque distantes se aglutinan por cuestiones temáticas; así están presentes en ella los grupos ecológicos, los gay, las minorías étnicas, etc., todos ellos, con independencia de los efectos directos en la política, producen una debilitación de la nación-estado; las relaciones temáticas internacionales tienden a la disolución de las problemáticas comunitarias.

No deja de ser graciosa la contradicción que implica que la transmisión por cámara aldeaniza y la Internet tribaliza; Sartori no es capaz de ver otras posibilidades en el uso de la televisión o de Internet.

Pero como, según la regla enunciada, a esta fuerza propia de la video-política se le oponían el sistema político y los periódicos, es necesario un análisis de ellos. El análisis de la política está estructurado en tres ítems que caracteriza como sistemas: 1) el sistema de partidos, 2) el sistema electoral y 3) el sistema de gobierno. Para este punto, la reflexión es parcialmente subsidiaria de otros trabajos; en especial el que destina al análisis de la democracia¹³⁸

En lo referente a la estructura de partidos la influencia de la televisión variará de acuerdo al sistema de que se trate. Hay, según Sartori, dos sistemas básicos: el de grandes partidos de masas y el de pequeños partidos. En los primeros existe un funcionamiento a partir de una organización de cuadros que buscan con una metodología capilar la captación

¹³⁶ Sartori, G.: 1998, p. 114.

¹³⁷ Sartori, G.: 1998, pp. 117-118.

¹³⁸ Cfr. Sartori, G: *Teoría de la democracia. I El debate contemporáneo, II Los problemas clásicos*, dos tomos, Alianza, Madrid, 1988.

del voto, mientras que en los segundos el funcionamiento del partido gira alrededor de los candidatos que los utilizan como instrumentos personales. Obviamente los grandes partidos de masas son más resistentes al influjo televisivo dado que su funcionamiento y metodología imponen una lógica a los candidatos que impide la personalización y afectivización; en oposición, los pequeños partidos realizan de un modo eminente la video-política dado que el candidato prevalece sobre la organización partidaria. El caso que Sartori coloca como paradigmático es el de Berlusconi.

En cuanto al sistema electoral, también Sartori presenta una oposición tajante; el procedimiento a partir del sistema de listas partidarias completas que supone una compleja negociación interna para su confección (negociación que se encuentra fuera de la lógica de la video política) y el sistema de elección personalizada con posibilidad de tachas por parte del elector. En este caso, la obligación de votar listas completas restringe la posibilidad de que la televisión, a través del elector, ejerza una influencia directa, en oposición al sistema de tachas que acrecienta el influjo de la televisión.

En cuanto al sistema de gobierno, Sartori opone el sistema parlamentarista al sistema presidencialista. En este caso el poder de la video-política es mayor en el segundo sistema y menor en el primero.

De este modo, haciendo una lectura transversal de estas posibilidades que plantea Sartori, el mayor poder de la video-política está dado en un sistema de pequeños partidos con elecciones personalizadas y con un sistema presidencialista, y allí donde la televisión tendría menor influjo sería con los grandes partidos de masas, con listas sábanas y un sistema parlamentario.

Por último, queda el problema de los periódicos, pero Sartori dice que en la época de la video-política ellos tienen una escasa llegada al público ya que es muy poco lo que se lee, y que además, la televisión no sólo los ha ido eclipsando, sino también distorsionando en cuanto a la calidad y cantidad de información que brindan; por lo tanto la resistencia que impondrían los periódicos a la época de la video-política es cada vez menor.

2. La influencia de la video-política en la acción de gobierno

Después de repetir que la democracia es el gobierno de la opinión pública, dice que el problema central en términos de acción de gobierno dentro de una democracia es de qué modo y qué cantidad de poder se transfiere desde la base representada hasta el vértice del sistema de poder, es decir, es la cuestión de la titularidad en el ejercicio del poder. Si el pueblo soberano es titular del poder, la pregunta es de qué modo y en qué grado puede ejercerlo.

Y en esta cuestión, las dos formas extremas de ejercicio, ya que Sartori no discute la titularidad del poder del pueblo en términos de democracia, es la representatividad y el directismo. Así la problemática oscila en la oposición entre las formas de democracia representativa y las formas de democracia directa.

En la democracia representativa el pueblo no decide, sino que simplemente se limita a elegir a quiénes deciden: en este sentido, el problema se centra en la capacidad de aquellos que deciden. Sin ningún tipo de aclaración previa, Sartori dice: "El problema es que la democracia representativa no nos satisface, y por ello reclamamos «más democracia», lo que quiere decir, en concreto, dosis crecientes de *directismo*, de democracia directa"¹³⁹.

¹³⁹ Sartori, G.: 1998, p. 124.

Quizá el problema central, dado que podría aceptarse que históricamente hay una tendencia a ir de la democracia representativa a la directa, es qué quiere decir Sartori con esto de que la democracia representativa ya no nos satisface. Podría interpretarse que hay algo así como un cierto cansancio en los representados, de hastío, de afán de novedades; pero parece evidente que no se trata simplemente de un estado de ánimo, sino de las deficiencias que esa democracia manifiesta en la satisfacción de los requerimientos de los representados. Quizá el simplismo en el análisis de Sartori parta de la misma definición de democracia, ya que en ella no contempla el segundo momento que ella debería tener, es decir, que no sólo es el gobierno del pueblo, sino también *para el pueblo*.

Y entonces, dados estos supuestos, si la democracia se desplaza hacia el directismo, la cuestión es si el aumento en el poder de decisión va acompañado o no de un aumento en el saber. Este aumento del saber es considerado desde dos planos: el de la información, la capacidad para opinar acerca de los problemas políticos, y el de la competencia cognitiva, la capacidad para opinar acerca de cómo resolver los problemas políticos. El primero es un saber teórico, el segundo implica además saberes prácticos.

En este segundo aspecto es donde la cuestión se complica, porque para un mayor directismo es necesario un *demos* fuerte; pero según su modo de ver, resulta que al mismo tiempo que aumenta el directismo, aumenta la debilidad del *demos*. Y esto se debe al influjo de la video-política. Si bien Sartori no especifica los modos de directismo, suponemos que no sólo está considerando las formas más o menos clásicas como los referéndum o las consultas populares específicas, sino también la utilización de recursos técnicos tales como canales de televisión interactivos, la tele-democracia, todos los cuales permitirían una mayor participación. Bobbio, por ejemplo, trata esta cuestión, aunque acordaría con Sartori desde otra perspectiva en la medida en que sostiene que el exceso de democracia más que participación produce apatía, dado que la posibilidad de participación no necesariamente la genera, sino que la más de las veces la depotencia.

Quizás el problema del directismo y de la apatía política se encuentre en un aspecto que Sartori no discute aquí: la crisis de representación. Si las formas de participación no logran que la representación represente, entonces surge la apatía o la demanda de directismo. Pareciera que el representado capta que su participación tiene poca importancia en las decisiones comparado con el poder de los *lobbies*, de los grupos económicos o de los países poderosos. Y quizá el representado registra como una falacia que se pueda resolver la cuestión a través de la representación porque ella en sí misma es una legitimación de la ajenidad del poder de los representados.

Este crecimiento del directismo produce una situación explosiva para Sartori porque es, dice, algo así como regalar carnet de conductor a quienes no saben manejar. Obviamente esta situación está ligada al influjo de la video-política y resulta de la combinación de tres elementos: mentes simplificadas, una realidad cada vez más compleja y una pérdida del sentido de comunidad.

Esto tiene como consecuencia que el *demos* debilitado implica un *demos* dirigido. Esta cuestión Sartori la plantea apelando a la novela de Orwell, a través del "gran hermano electrónico", es decir, al control televisivo de la gestión política. Y aquí Sartori vuelve a una de sus tesis más débiles en la lectura de los medios, porque el aumento en la injerencia de la televisión sobre los actos de gobierno es puesto en los productores de televisión. Lo dice así: "La «nueva clase» que administra el video-poder se defiende de las acusaciones culpando a los telespectadores. Sí; pero esta defensa demuestra una mala conciencia, ya que en televisión más que en ningún otro medio es el productor el que produce al consumi-

dor”¹⁴⁰. Con lo cual Sartori vuelve a las viejas tesis del marxismo según las cuales son los capitalistas los que deciden en el ámbito de lo ideológico y lo político, sólo que ahora el lugar de los burgueses es ocupado por los productores televisivos que, con total autonomía supone, detentan ese poder. Y por eso cierra la cita con lo siguiente: “Si [el productor televisivo] proporciona un volumen suficiente de información crítica sobre noticias del mundo, la audiencia se interesará por el mundo; pero si el mundo desaparece de la pantalla es obvio que el mundo dejará de interesar”¹⁴¹. Con lo cual, a la vez, se manifiesta una nueva incoherencia de Sartori dado que desaparece la preeminencia del medio como generador de una lógica propia de la imagen que de ese modo genera la video-política, y recae en un problema de contenido que la televisión, es decir, el medio mismo, podría dar.

Ahora bien, el concepto de *demos* debilitado, Sartori lo complementa con una extensión de su concepción antropológica. Así, continuando con su costumbre de tipologías humanas, opone un “*regnum hominis*” a un “hombre bestia”. Esta clasificación la toma de la *Ciencia nueva* de Vico. El hombre que reina lo vincula con el pensamiento de Francis Bacon, que vio el valor tecnológico de la ciencia y esto fue lo propio de la modernidad, pero Sartori advierte que el mundo televisivo ha desvirtuado este gobierno racional de la ciencia a tal punto que ahora existe un hombre sometido a la tecnología, dominado por sus máquinas. Dice: “El núcleo en torno al cual todo se imbrica es el hombre como animal racional. En este trabajo, he insistido en la noción de animal simbólico porque no postulo que el hombre sea un animal racional. Su racionalidad presupone un lenguaje lógico (no un lenguaje emotivo) y un pensamiento abstracto que se desarrolla deductivamente, de premisa a consecuencia. Por consiguiente, nuestra racionalidad es una potencialidad y, asimismo, un *tener que ser*, difícil de lograr y fácil de perder”¹⁴². Por lo que, en cuanto al eje antropológico, el problema del hombre como animal racional es más una cuestión de “deber ser” que de “ser”, más algo a conquistar que algo que se posea; mientras que el hombre es verdaderamente un “animal simbólico”.

Ahora bien, otro de los problemas que se conjuga con éste es el clima de la televisión, que es, según Sartori, un clima de aversión a la cultura letrada. Y al respecto cita a Nietzsche y su crítica de la cultura, de modo que el clima de la televisión es un nietzscheísmo sin la lectura de Nietzsche. Mientras el filósofo hace su crítica a partir de un profundo conocimiento de esa cultura letrada, el ambiente televisivo se muestra adverso a ella aunque la desconoce por completo. Dice: “el clima cultural más apoyado por los medios de comunicación consiste en atacar al modelo «elitista», abyecto y superado, del hombre racional occidental”¹⁴³, pero esta crítica está sustentada en la inanidad de la cultura televisiva.

Podríamos encontrar un proceso que va desde el homínido del Pleistoceno, un hombre que ya posee manos prensiles con las que realizar innumerables trabajos, que dará lugar al *homo habilis* y al *homo faber*, hasta llegar al *homo digitalis*. “Paradójicamente, al hombre de hoy la prensilidad prácticamente ya no le sirve. El *homo prensilis* se atrofia en el *homo digitalis*. En la edad digital nuestro quehacer se reduce a pulsar botones de un teclado. Así vivimos encerrados sin ningún contacto auténtico con la realidad, con el mundo real”¹⁴⁴.

¹⁴⁰ Sartori, G.: 1998, p. 139.

¹⁴¹ Sartori, G.: 1998, pp. 139-140.

¹⁴² Sartori, G.: 1998, p. 132.

¹⁴³ Sartori, G.: 1998, p. 132.

¹⁴⁴ Sartori, G.: 1998, p. 135.

Y así llega a la caracterización de Vico del "hombre bestia": "el hombre del postpensamiento, incapaz de una reflexión abstracta y analítica, que cada vez balbucea más ante la demostración lógica y la deducción racional, pero a la vez fortalecido en el sentido del ver (el hombre ocular) y en el fantasear (mundos virtuales)"¹⁴⁵. Y éste sería el hombre propio de nuestro presente.

Este postpensamiento pareciera ser una referencia a Vattimo ya que nos habla de una razón debilitada. De ese modo el *homo sapiens* termina convirtiéndose en el *homo insipiens* (un hombre tan ignorante como necio); pero no se trata de una aparición en nuestros días, el *homo insipiens* existió desde siempre, lo que sucedía es que estaba disperso; es justamente el influjo de los medios de comunicación lo que los lleva a su agrupamiento y de ese modo "hacer masa" y adquirir fuerza. Y en este aspecto es fundamental la presencia de Internet, donde se dan cita los "pedófilos", "los terroristas", etc., es decir, todo un abanico de vicios desde los privados hasta los públicos.

De este modo el individuo pierde toda realidad y tiende a disolverse. "El hombre se ha reducido a ser pura relación, *homo communicans*, inmerso en el incesante flujo mediático"¹⁴⁶. Sartori aclara que no se trata de algo nuevo, porque siempre hubo ataques a la racionalidad, pero estos ataques tenían siempre una respuesta. Por ejemplo: "La fórmula de Tertuliano era: *credo quia absurdum*. Y le respondía y le superaba la *Summa theologiae* de Santo Tomás, que destila lucidez lógica"¹⁴⁷, dice Sartori sin que tenga importancia que la respuesta de Santo Tomás de Aquino, si puede entenderse su obra como tal, llegó diez siglos más tarde¹⁴⁸.

Pero este ataque a la razón por parte de la televisión se ve favorecido por los cambios que ha sufrido la educación. "El proceso ha sido el siguiente: en primer lugar, hemos fabricado, con los diplomas educativos, una *Lumpen-inteligencia*, un proletariado intelectual sin ninguna consistencia intelectual. Este proletariado del pensamiento se ha mantenido mucho tiempo al margen, pero a fuerza de crecer y multiplicarse ha penetrado poco a poco en la escuela, ha superado todos los obstáculos con la «revolución cultural» de 1968 (la nuestra, no la de Mao) y ha encontrado su terreno de cultura ideal en la revolución mediática. Esta revolución es ahora casi completamente tecnológica, de innovación tecnológica. No requiere sabios y no sabe qué hacer con los cerebros pensantes. Los medios de comunicación, y especialmente la televisión, son administrados por la subcultura, por personas sin cultura. Y como las comunicaciones son un formidable instrumento de autopromoción — comunican obsesivamente y sin descanso que tenemos qué comunicar— han sido suficientes pocas décadas para crear el *pensamiento insípido*, un clima cultural de confusión mental y crecientes ejércitos de nulos mentales"¹⁴⁹.

Este diagnóstico del proceso cultural, Sartori parece homologarlo con lo que se ha llamado posmodernidad; corriente a la que prefiere denominar postpensamiento. La crítica a la racionalidad occidental, la promoción de una razón aminorada, de un "pensamiento débil", no parecen desarrollos culturales, Sartori los caracteriza como decadencia y los hermana con el desarrollo de los medios de comunicación de masas. Por eso es que no resulta extraño que concluya con una exhortación a la lectura. "El regreso de la incapacidad

¹⁴⁵ Sartori, G.: 1998, p. 142.

¹⁴⁶ Sartori, G.: 1998, p. 146.

¹⁴⁷ Ibidem.

¹⁴⁸ ¿Podría aguardarse a que pasen diez siglos para que se le responda al supuesto ataque a la racionalidad que realiza la televisión?

¹⁴⁹ Sartori, G.: 1998, pp. 147-8.

de pensar (el postpensamiento) al pensamiento es todo cuesta arriba. Y este regreso no tendrá lugar si no sabemos defender a ultranza la lectura, el libro y, en una palabra, la cultura escrita”¹⁵⁰

¹⁵⁰ Sartori, G.: 1998, p. 149.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES

1. Primera parte: Cotejo de fuentes

Para el propósito de esta investigación hemos comenzado por el análisis de las fuentes que el autor menciona, ya en sentido afirmativo, como apoyo teórico de su postura; ya en sentido negativo, como polémicos u opuestos a ella.

1.1. Confrontación de *Homo videns* con otra obra anterior de Sartori

En primer lugar tomamos una obra anterior del propio Sartori titulada *La política: lógica y método en las ciencias sociales*: de esta obra, cuyo tema es la política y el impacto que sobre ella han ejercido los *mass media*, fue considerado solamente aquello que resulta relevante para el esclarecimiento de las principales tesis sustentadas en *Homo videns*, a saber, su concepción del lenguaje y de los medios de comunicación de masas.

En esta obra se puede ya advertir que Sartori sostiene una concepción estratificada del lenguaje, estratos que va determinando según el uso. Hay una matriz común, que es el lenguaje materno, que caracteriza como emotivo, ni reflexivo ni crítico, de vocabulario reducido y pobre, de lógica incierta y no cognoscitivo. Se destaca que Sartori entiende «crítica» en sentido kantiano como no dogmático; el lenguaje materno sería dogmático en tanto no se cuestiona a sí mismo. Sobre esta matriz común se edifica el lenguaje lógico, cuyos modos son el lenguaje filosófico y científico, los cuales son productos de la reflexión y poseen dimensión crítica. El lenguaje científico es representativo y se relaciona con el uso empírico; el filosófico, ultrarrepresentativo, se vincula con el uso especulativo. Este esquema aplicado al lenguaje es trasladado al pensamiento. Esta identidad es sostenida por cuanto no es posible pensar sin el lenguaje.

Se ha destacado el tratamiento de la cuestión de la técnica con relación al hombre. Sartori atiende al impacto antropológico de la tecnología en dos niveles: uno indirecto, en cuanto transforma el ambiente en que el hombre vive; y el otro, de efecto directo, en tanto modifica al hombre mismo. En este segundo sentido aparecen los cambios tecnológicos más significativos en la historia, hasta la revolución de la comunicación causada por la irrupción de los medios masivos de comunicación, en particular la aparición y primado de la televisión, que ha generado un «hombre nuevo». Esta postulación constituye un antecedente del planteo de *Homo videns*, pues estima que el cambio producido está referido principalmente a la cultura de la imagen que ha ido reemplazando a la palabra y con ella el pensamiento conceptual y reflexivo. El predominio de la inmediatez e instantaneidad de la imagen ha engendrado una especie de hombre distinto, más imprevisible, arbitrario y manipulable; por lo tanto, también se opera un proceso de homologación o masificación que paradójicamente no acerca a los individuos sino que los enfrenta; la unidimensionalidad del tiempo en un presente carente de profundidad hacia el pasado y el futuro, redundando en un desarraigo del hombre de su tradición cultural.

1.2. Sartori y Cassirer

Un referente privilegiado en torno a la cuestión antropológica y epistemológica ha sido para el autor considerado, Ernst Cassirer y su filosofía de las formas simbólicas. Asume de este pensador principalmente su concepción del hombre como animal *symbolicus* y su interpretación del lenguaje. Su continuidad reside en que ambos se manifiestan herederos de la Ilustración. Nos referiremos primero a las semejanzas y luego a las diferencias que pudimos detectar entre ambas posturas.

La legitimidad de esta fuente se hace notoria en lo que respecta a los grados de simbolización. Para Cassirer el estadio más alto se da con el pensamiento teórico, que es el que detenta el mayor grado de objetivación de la conciencia respecto del mundo. Otra similitud la encontramos en la consideración del lenguaje, que para ambos autores constituye la forma más acabada del símbolo y por lo tanto la primigenia configuración de la realidad se consume por esta modalización de la función simbólica.

Advertimos, sin embargo que Sartori no se mantiene fiel al propósito de Cassirer, que consistía en ampliar el programa kantiano hacia una matriz antropológica más abarcadora, que sería la cultura, entendida trascendentalmente como la función de síntesis de la conciencia en su aprehensión de la realidad y de sí, conforme a lo cual el *zoon logikon* aristotélico sería una función más del animal *symbolicus*, que además de poseer la facultad del concepto, tiene otras tantas funciones que dotan de significado el mundo que habita, y que se rigen por una legalidad propia e irreducible, a saber, el mito, el lenguaje, la religión y el arte, formas que no son menos simbólicas que el pensamiento teórico.

La concepción del lenguaje de Cassirer es distinta y hasta contrapuesta a la de Sartori, para Cassirer sólo el lenguaje ordinario, en tanto capta lo viviente es propiamente lenguaje, las fórmulas unívocas creadas por la ciencia son códigos técnicos, de allí que lo emparenta más con el mito que con el *logos*. Por consiguiente, no privilegia la palabra abstracta como sí lo hace Sartori. Para Cassirer hay más matices en el lenguaje ordinario que en el lenguaje artificial de la ciencia; para Sartori es a la inversa. Además, hay en Cassirer una consideración más rica de la imagen y descubre en su producción al igual que en todas las producciones humanas, una formación espiritual.

Finalmente, Cassirer desarrolla su concepción del hombre y la cultura en términos trascendentales, como función y no como sustancia o naturaleza; mientras que Sartori aplica un esquema evolucionista y esencialista. En consecuencia, el hombre no podría para Cassirer perder nunca su cualidad simbólica, que sí puede perderla desde la perspectiva de Sartori, porque lo que para el primero es una función de unidad, para el segundo es un rasgo de su naturaleza, que se ve amenazado por el primado de la imagen.

1.3. Sartori y Popper

Popper enfrenta democracia y totalitarismo, y vincula cada una de estas formas de organización política con modelos epistemológicos de captación del mundo. Siguiendo a Kant, afirma la razón y la libertad en el hombre, su carácter indeterminado y autónomo. Su oponente teórico es el historicismo porque supone una necesidad en la marcha de la historia de la cual el hombre estaría prisionero. Por lo tanto todo aquello que vulnere la autodeterminación es nocivo para la vida humana y para su progreso y su felicidad. En este sentido, los medios de comunicación masiva --y en particular la televisión-- son valorados en términos similares a como lo hace Sartori en su obra.

Popper diferencia la legalidad natural de la legalidad moral, que rige la vida entre los hombres; las primeras son necesarias pero la segunda es creada por los mismos hombres para su vida en sociedad, y por ello, contingentes. Las posturas monistas (Heráclito, Platón, Aristóteles, y en la modernidad, Hegel y Marx), que sostienen la vigencia de leyes históricas o naturales que gobiernan la totalidad de lo real, constituyen lo que Popper llama "monismo ingenuo". Los que han cultivado la línea que tiene como referente a Protágoras y los sofistas en cambio, admiten otras perspectivas y no pretenden imponer la propia como la única verdadera, por lo tanto defienden la distinción entre naturaleza y convención social, lo que Popper llama "dualismo crítico". El primero da por resultado una sociedad cerrada y tribal; el segundo, la sociedad abierta.

Ambos condenan la televisión porque obtura la autonomía de las acciones humanas lo que se traduce en la vida política, en una sociedad fácilmente manipulable y carente de autodecisión, lo cual es contrario a la sociedad abierta. Pone en peligro por eso el sistema democrático mismo, modelo que ambos sustentan como el mejor. En *La televisión es mala maestra*, que escribió con John Condry encontramos similares apreciaciones en cuanto a los efectos políticos del primado de la televisión.

Sin embargo, Popper no extrae las consecuencias antropológicas que señala Sartori. No hay en Popper ninguna pretensión de determinar la naturaleza humana a partir de los medios o de los cambios tecnológicos, su punto de vista es formal y metodológico; Sartori en cambio encuentra un efecto en la naturaleza misma del hombre por el influjo de los medios audiovisuales.

1.4. Sartori y McLuhan

Marshall McLuhan en su *Galaxia Gutenberg*, presenta la tesis inversa a la de Sartori en cuanto a la consideración de los medios de comunicación. Ambos reconocen una naturaleza humana, aunque la determinan según distintos parámetros. Para Sartori, el hombre se caracteriza por su capacidad simbólica y su pensamiento crítico puesto en acto sobre todo en la palabra escrita. Para McLuhan, por su capacidad productora de instrumentos que son prolongaciones de sus órganos; en ese sentido, cada nuevo instrumento enriquece la naturaleza humana y a su vez la hace moverse en un mundo diferente, se opera una mutación del hombre y su ambiente.

La era de la imprenta y lo que McLuhan llama "era eléctrica" producen formas de sociedad y de experiencia contrapuestas. El *homo typographicus* percibe la realidad unidimensionalmente, hay un predominio de lo visual sobre lo táctil y auditivo, no puede captar la simultaneidad, pues se mueve por un orden secuencial; la hegemonía de los medios audiovisuales ha generado lo que denomina "aldea global", pero a diferencia de Sartori y de Popper, esa calificación no tiene un carácter peyorativo, ya que según el autor, permite el desarrollo integral de todas las capacidades humanas. Por consiguiente todo aquello que Sartori encuentra condenable, McLuhan lo estima positivo. Notamos también que paradójicamente el primado de lo visual se desarrolla en con la imprenta, mientras que con la televisión predomina lo audiotáctil.

1.5. Sartori y Bourdieu

Para Sartori la televisión es un medio cualitativamente diferente a los anteriores y lo es porque pone como protagonista a la imagen. Para Bourdieu también, pero porque su mo-

do de operar permite la colonización de la lógica del mercado al campo comunicacional, y a través de éste, a todos los campos culturales.

Para Sartori los efectos de la televisión son siempre negativos; no así para Bourdieu, quien ilustra su ambigüedad en una conferencia ofrecida por este medio. Sartori supone la posibilidad de una imagen pura, escindida del lenguaje y opuesta a sus formas argumentativas y conceptuales; contrariamente, Bourdieu no concibe una comunicación sin lenguaje, por eso la leyenda o el relato que acompañan a la imagen televisiva que para Sartori es accesorio, para Bourdieu es lo definitivo en términos de contenidos, opiniones o juicios emitidos. Este autor vería el cambio en el discurso mismo: se pasaría de un discurso articulado lógicamente y estéticamente, a un discurso desarticulado y pobre.

Otra diferencia está en la desconsideración de aspectos relevantes que hacen a un análisis del fenómeno televisivo, como las variables económicas, sociales, políticas, institucionales.

El planteo de Sartori es unilateral: la televisión debilita la dimensión reflexiva y crítica en los individuos y esto debilita a su vez la democracia, definida como gobierno de opinión, al hacer las decisiones humanas menos autónomas y más condicionadas por el mensaje televisivo. Para Bourdieu, el *marketing* televisivo, que se da en términos de competencia por la captación de audiencias, significa una invasión del mercado en la comunicación, y en ese sentido una merma de la independencia de este campo, lo que da por resultado una visión del mundo fragmentada y trivial, ya que los emisores deben ganar *rating*, cosa que consiguen sacrificando la calidad del producto. Este panorama está vinculado a la cuestión ideológica: se difunden mensajes llamativos y espectaculares pero que no cuestionan el estado de cosas dado, sino que lo reproducen. Su análisis del medio se asemeja al desarrollado por Theodor Adorno en *La industria cultural*¹, ya que afirma que la contienda por las cuotas de mercado no enriquecen ni diversifican los programas sino que tienden a homogeneizarlos.

Admite, sin embargo, la posibilidad de la crítica de la imagen a través de la imagen y la ilustra con los trabajos hechos para cine por Jean-Luc Godard; estrictamente hablando, el efecto ocultador ideológico lo lleva a cabo el lenguaje y no la imagen.

La televisión ejerce para Bourdieu una "violencia simbólica" en tanto impone su ritmo y su tiempo a temas y cuestiones que no pueden exponerse por este medio, desempeñando así un mecanismo de censura.

Los aspectos ausentes en el análisis de Sartori son los que Bourdieu considera centrales, a saber, el mercado y la ideología. La tesis de Sartori se ubica más bien en un plano naturalista y voluntarista.

Para Bourdieu el efecto más grave del predominio de la televisión es de orden político, ya que al encontrarse sometido a la presión del mercado, el campo comunicacional se heteronomiza, y la consecuencia inevitable es el uso de la "demagogia de lo espontáneo", el "moralismo televisivo", vicios derivados de la lucha por conquistar al público, que resultan en la desmovilización y la inercia, aunque no sean estos fines perseguidos explícita o conscientemente.

¹ Cf. Horkheimer, M. y Adorno, Th.: *Dialéctica de la ilustración*, 1994, Madrid, Editorial Trotta, pp.165-212.

1.6. Sartori y Negroponte

Negroponte está presentado por Sartori como su antagonista. Este autor presenta en su obra titulada *Ser digital* una tesis inspirada en McLuhan, que concibe los desarrollos sucesivos de la tecnología como prolongaciones de las potencialidades humanas. Hacemos la salvedad de que Negroponte no considera el caso de la televisión sino el de los *multimedia*. Encuentra que la realidad del mundo ha cambiado, se ha alterado su textura, no se trata ya de una realidad sustancial, sino de un flujo de energía, dado por unidades de información o *bits*.

En la propuesta de Negroponte, que hace una apología de la captación cibernética de la realidad, el nuevo *ciber-niño*, aprende a aprender, hay una concepción constructivista de la educación. Con la computadora el alumno tiene que ser pensado como activo. El uso de la computación en los procesos educativos no puede guiarse por las pautas que rigieron la educación convencional, sino que debe procurar el desarrollo de habilidades y acciones, no a la incorporación de contenidos; en ese sentido contribuye a la autonomía y libre desempeño, agregando además el placer creativo y el juego como componentes del aprendizaje. Para esta nueva pedagogía, la educación universalista carece de valor.

Contrariamente a Sartori, encuentra que la tendencia del "ser digital" es hacia un universalismo cada vez mayor y alude aquí al fenómeno de la globalización y, al mismo tiempo, hacia una cada vez más alta personalización, por cuanto la comunicación a través de la red permite que el usuario conforme él mismo su propia información siguiendo sus intereses y preferencias.

Cuando Negroponte describe el "lado oscuro" del ser digital, no describe sin embargo las consecuencias que denuncia Sartori en *Homo videns*, sino otras, quizás más graves aún, como la pérdida de la vida privada, la piratería intelectual, la desocupación masiva por reemplazo de las funciones por la vía informática, alerta también sobre la amenaza de la pérdida de la realidad a favor de la virtualidad y el aislamiento de los individuos entre sí. Estima pese a ello que este proceso impuesto por el desarrollo tecnológico es inexorable.

1.7. Los fundamentos teóricos en Platón

Aunque Sartori no menciona a Platón entre sus fuentes, separa al igual que éste, el ver del pensar (el *horemós* del *noetós*). Pero para el filósofo griego el ver cumple un papel imprescindible en el aprendizaje, ya que según la doctrina de la reminiscencia, el ver las cosas nos ayuda a recordar las ideas de las cuales son copias imperfectas. Además lo sensible tiene un papel importante en lo que llamaba *dianoia* o pensamiento discursivo, que Platón identificaba con la matemática, que necesita todavía de cierto apoyo sensible para visualizar lo inteligible. Es cierto que el mundo verdadero es el mundo de las ideas, pero este mundo no es accesible a todos por igual, sino solamente a algunos elegidos. La objeción es que Platón no defendía la democracia y su epistemología era concordante con su posición aristocratizante en materia política. Sartori en cambio sí se declara democratista, lo cual es incongruente con su propuesta epistemológica y su concepción de la cultura.

2. Segunda parte: Conclusiones derivadas de la crítica de los supuestos que sirven de marco teórico de *Homo Videns*

2.1. Conclusiones acerca de los supuestos antropológicos

Hemos ordenado los supuestos de las tesis sartorianas del *homo videns* (en diálogo con autores que el mismo Sartori toma como base de su reflexión) a partir de tres ejes conceptuales: el antropológico, el epistemológico y el ético político.

Respecto del primero, efectuamos una diferenciación a los efectos del análisis entre el concepto de hombre y el de cultura para analizar la tesis fuerte del autor según la cual el influjo de la televisión ha corrompido la naturaleza humana punto tal de eclipsar la cultura crítica. En primer lugar explicitamos que la concepción antropológica que alienta su propuesta es de carácter naturalista y racionalista: Sartori postula un hombre natural cuya nota distintiva es la razón. Al respecto mostramos que el concepto de *homo sapiens* le permite contraponerlo al de *homo videns* forjado por él, lo que implica un horizonte de comprensión en el que el hombre y sus atributos esenciales son determinados atemporalmente y fuera de la historia efectiva. En segundo lugar, creemos haber puesto en claro que este modo de ser asignado al hombre tiene su correlato en una manera particular de comprender la *cultura*, porque al acentuar la naturaleza racional del hombre, su concepto de cultura queda empobrecido y acotado a la lógica y a la capacidad de abstracción y deja de lado otras esferas (el mito, el arte, la religión, el lenguaje de la vida cotidiana). Al respecto defendimos el concepto de «mundo de la vida» (*Lebenswelt*), en acuerdo con la fenomenología y la hermenéutica filosófica, como constituyente del suelo a partir de la cual se articula el universo conceptual propio de la ciencia y de la teoría en general. También mostramos que la tesis de Sartori no diferencia entre cultura y civilización porque el progreso tecnológico y su papel en la mejora en la vida de los hombres (progreso en sentido material) no se diferencia del progreso en su sentido moral o espiritual.

2.2.1. El concepto de hombre

Respecto del concepto de hombre, reseñamos analíticamente el nutrido desfile que presenta en términos de oposiciones: *homo sapiens* - *homo videns*; *regnum hominis* - *hombres bestias*; en una gradación (o degradación): *homo faber-habilis-prensibilis-digitalis*; *homo sapiens* opuesto ahora al *homo insipiens*- *homo communicans* y *sintiens* (incluso, aunque en la obra no tiene mayor relevancia, el *homo ludens*). Mostramos que el concepto de *homo sapiens* lo filia a la obra Linneo sin respetar sus supuestos y, al mismo tiempo, lo identifica con la capacidad simbólica. Al respecto resultó obligatorio hacer una confrontación con el pensamiento de Cassirer, evidenciándose que en éste las “formas simbólicas” hacen referencia a la función de síntesis que realiza el hombre en su aprehensión de la realidad y así configuran un mundo de sentido; y que dichas formas (el mito, el lenguaje, el arte, la religión y el conocimiento teórico) son irreductibles y poseen su propia legalidad. El símbolo, como resultado de la actividad plasmadora del hombre, es algo sensible que remite a algo espiritual; y la simbolización, en tanto función, es la que crea el símbolo; de modo que en el mundo humano todo es símbolo pues todo remite a otra cosa más allá de esa materialidad sensible.

En oposición, mostramos que Sartori concibe esta capacidad simbólica como algo acotado al lenguaje, en particular al lenguaje-palabra portador de significado, y más aún, a

la palabra más plenamente significativa que es la palabra «abstracta». En este estrechamiento de la función simbólica realizamos algunas objeciones: 1) que al no tener en cuenta el alcance del concepto de animal *symbolicus* aportado por Cassirer, la praxis humana (como trabajo, acción moral o creación artística) queda fuera de la función propiamente humana. 2) Que también quedan menoscabados los gestos, las expresiones fisiognómicas y corporales (que implican la danza, la representación teatral, la música; y, desde luego, las artes espaciales en su conjunto, la pintura, la arquitectura y la escultura, por nombrar sólo los géneros canónicos). 3) Que el único lenguaje que satisface estas restricciones es el lenguaje lógico de la teoría, pues cualquier otro cae en la ambigüedad y la incoherencia.

Señaladas estas limitaciones en su concepción del lenguaje, mostramos que el esquema sartorino (el *homo sapiens* piensa mejor cuanto menos depende de lo que ve y el *homo videns* cuanto más ve, menos piensa), implica necesariamente plantear un *homo videns* como un hombre limitado y atrofiado en su capacidad de abstraer y entender.

Por otra parte, creemos haber explicitado que la oposición *regnum hominis / homines bestias* tomada de las caracterizaciones de Bacon y Vico, implicaba una incoherencia en el planteo de Sartori al no advertir que la televisión y su sucesora, la cibernavegación, son el resultado último y más depurado de la técnica moderna, y sólo subrayar sus aspectos masificadores.

Analizamos también la relación que establece Sartori entre *homo habilis*, *homo faber* en tanto *homo prensilis*, hasta llegar al *homo digitalis* (que pulsa botones y comandos), mostrando que esta última tipificación no lleva necesariamente a que el que realice sus trabajos y elabore sus productos digitalmente pierda su esencia y que el aislamiento del hombre no es exclusiva consecuencia del hombre mediático; en este aspecto lo contrapusimos a las tesis de Vattimo que permiten sostener lo contrario: que la irrupción de los medios masivos de comunicación provoca un estallido de la diferencia, quebrando el discurso único dominante y permitiendo que se expresen la pluralidad de dialectos.

Por otra parte, mostramos que sostener que la peculiaridad del *homo comunicans* (comunica el vacío a un público vano) supone que los individuos miran sólo las telenoticias y no leen los diarios, lo cual es una concepción del receptor plana y sin relieves. Además, que dar por sentado que el hombre ha perdido su potencialidad reflexiva y crítica, y que esta pérdida lo ha tornado un ser fácilmente manipulable, un ser, en suma, que ha perdido su libertad, sólo es posible de sostener desde la ilusión de una autoconciencia independiente.

Por otra parte, también establecimos las relaciones entre McLuhan y Sartori, respecto del concepto de *aldea global* usado por ambos, mostrando las diferencias que surgen de sus respectivas posiciones frente a los medios. Así, para Sartori, la expresión de su antecesor es contradictoria en virtud de que su planteo se hace desde un punto de vista exclusivamente lógico: de ese modo «aldea» hace alusión a lo local y «global» a lo universal. Pero esta objeción carece de sentido en relación con McLuhan porque el impacto provocado por los medios, según él, rompe la lógica binaria y así el concepto plantea que el ambiente creado por la primacía de lo audiovisual construye un mundo que se torna cotidiano.

Respecto de la tipificación como *homo ludens* (animal que goza, que le encanta jugar) y que Sartori considera que nunca ha estado tan satisfecho y gratificado en toda su historia, lo hemos confrontado con el clásico ensayo de Johan Huizinga. Nos pareció pertinente porque allí se cuestiona parcialmente la clasificación de *homo sapiens*. Rescatamos al respecto que: 1) la denominación de *homo sapiens* (favorita de Sartori) corresponde a la concepción del hombre vigente en la Ilustración del siglo XVIII; 2) el juego es un fenómeno

no cultural en el que se emplean recursos del pensar científico-cultural; 3) en el juego se dan formas de acción que van más allá de lo meramente fisiológico o psíquico, se trata de una actividad plena de sentido en la que hay una gratuidad, un don, que rebasa el instinto de autoconservación y de la conservación de la especie; lo que quiere decir que el sentido no es monopolio del pensamiento abstracto, sino que es mucho más originario; 4) el juego se encuentra por encima de las oposiciones bueno-malo, verdadero-falso propias de la teoría; y se encuadra entre las actividades estéticas, dimensión que parece estar ausente en la tesis de Sartori; 5) el juego afecta a toda la existencia humana, mientras Sartori lo piensa como una dimensión de la existencia, infantil y regresiva; 6) el juego no puede ser explicado por el principio de razón suficiente, el juego es porque sí, es actividad libre, lo que pone en entredicho que la libertad se limite a la capacidad crítica de la razón; 7) agregamos, por último que en la hermenéutica de Gadamer, el juego es un concepto que organiza toda la existencia humana.

2.1.2. El concepto de cultura

Respecto del concepto de cultura, mostramos que la concepción de Sartori es concordante con su idea del hombre como *homo sapiens* y desarrollamos el problema a partir de tres aspectos: 1) desde la comparación con la cultura escrita (aquí intentamos ponerlo en diálogo con McLuhan), 2) desde el problema de la *paideia* (en diálogo con Nicholas Negroponte), 3) desde su relación con la civilización tecno-científica y su relación con la idea de progreso.

En el primer caso mostramos la diferencia en la conceptualización y valoración de ambas culturas. Así, mientras para McLuhan la cultura visual no es la de la TV sino la de la imprenta, pues el ojo es el que sigue una secuencia lineal; la cultura mediática es, por el contrario, auditiva y su modo de transmisión oral. Para Sartori en cambio, la audivisualidad inaugura la primacía de la imagen sobre la palabra. Además, a la posición según la cual la televisión sólo brinda futilidades e inventa acontecimientos cuya característica es su alto impacto emotivo, ligada a la de que el público padece de "unicismo" televisivo que le distorsiona la visión del mundo, lo empobrece y trivializa, propia de Sartori, le opusimos la interpretación de McLuhan que, partiendo de un esquema similar, considera que todo cambio registrado en la historia de los medios por el que los hombres se comunican, trae aparejadas ventajas y pérdidas, ya que cada uno de ellos configura al ambiente humano de manera singular (el paso de la cultura analfabeta a la alfabetada, por ejemplo, ocasionó la disminución de la capacidad de la memoria).

Respecto a la cuestión pedagógica que —según Sartori— deforma al niño, nos detuvimos en el término *paideia*, perteneciente al griego clásico y que presenta una singular polisemia, al igual que los nuestros de «cultura» y «educación», de origen latino, o *Bildung* del alemán. Al respecto tomamos la definición de Werner Jaeger, autor citado por Sartori, según la cual la *paideia* incluye todas las formas y creaciones espirituales y el tesoro entero de la tradición, y mostramos que Sartori no entiende la *paideia* en los mismos términos, sino que la circunscribe a la palabra escrita. En este punto hicimos referencia a la polémica que entabla Sartori con Nicholas Negroponte, para quien el protagonismo de la televisión va a ceder su lugar a los multimedia de los que se derivará una nueva y más dinámica forma de educar, enfatizando que el pronóstico de Sartori es que la televisión genera una cultura del "telever" o, lo que es lo mismo, una incultura.

Por último, creemos haber mostrado que Sartori confunde cultura con civilización. Para eso recurrimos a Herbert Marcuse que señala dos posibles acepciones del término *cultura*: la primera de carácter antropológico, se refiere al todo de la vida social en la medida en que tanto el ámbito de la reproducción ideal (cultura en sentido restringido, el «mundo espiritual»), como el de la reproducción material (la «civilización»), en ella no se revela contraste alguno con el de «civilización». La segunda concibe a la cultura, como reino de los valores supremos y de las metas últimas del hombre y se opone a la necesidad y utilidad de la vida material, lo que implica una distinción entre *cultura* y *civilización*. Y así mostramos que a Sartori se le escapa este matiz y, consecuentemente, su apelación al *progreso* carece de consistencia. Habla tomando la óptica de la civilización y menciona uno tras otro los sucesivos avances tecnológicos: la imprenta, el telégrafo, el teléfono, la radiofonía; pero esta secuencia se interrumpe a partir de la televisión, que corta el ritmo ascendente y tiene un efecto regresivo (así sostiene que la consigna de la mejora indefinida prometida por la Ilustración no se cumple). De ese modo se hace evidente que este autor ha quedado prendado ingenuamente del optimismo del siglo XVIII y no se ha desengañado aún de aquella ilusión, y por eso reniega de la televisión, que es uno de los productos últimos y más depurados del programa ilustrado y un jalón fundamental de la sociedad tecno-científica.

2.2. Conclusiones acerca de los supuestos epistemológicos

En nuestro análisis explicitamos los supuestos de *Homo videns* relativos al conocimiento, la verdad y la razón desde tres ámbitos: a) la concepción del conocimiento y de la verdad, b) la construcción y adquisición individual del conocimiento, c) la construcción y adquisición social del conocimiento. Para este tratamiento tuvimos en cuenta, en primer lugar, los teóricos que Sartori cita en apoyo de sus tesis, a esto le agregamos otras líneas de pensamiento significativas que han aportado a este respecto. Cada uno de estos ámbitos, a su vez, lo identificamos con una tesis del propio Sartori, a saber: a) el conocimiento mediante imágenes no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y erosiona los contenidos del mismo; b) los niños mediáticos padecen de un empobrecimiento correlativo de su capacidad de conceptualización o de abstracción (y, en consecuencia, de su capacidad de crítica); c) se da una producción y circulación social de conocimiento «falso» o «distorsionado» con profundas repercusiones en la vida política.

2.2.1. El conocimiento y la verdad

Para la primer cuestión, resultó necesario considerar la concepción sartoriana de la imagen, la caracterización de la oposición entre abstracto y concreto y, finalmente el par conceptual verdadero/falso.

Hemos mostrado la ambigüedad en el uso que Sartori hace del término imagen, a veces lo opone al lenguaje-palabra o al lenguaje conceptual, en otras ocasiones al lenguaje, sin más. Y cómo, al negar a la imagen todo contenido conceptual, como algo vacío de concepto (que no es lo mismo que decir que la televisión vacía a la imagen del contenido conceptual), resulta que imagen y concepto son «enemigos». Consideramos que el resultado es una posición reduccionista en la que se excluyen de manera definitiva los ámbitos de la imagen y el concepto y se cierra cualquier forma de intersección entre ellos. Rastreamos esta exclusión en el pensamiento platónico en equivalencia con la oposición ontológica entre *mundus sensibilis* y *mundus intelligibilis* (sin entrar en la cuestión de si Sartori toma

correctamente los conceptos platónicos).

Indicamos también que esta concepción supone que los conceptos no son visibles, ni pueden hacerse visibles y, como consecuencia, que las imágenes no pueden de ninguna manera contenerlos, ni señalarlos, ni acercarlos, ni ejemplificarlos. Y que la insuficiencia de esta posición se encuentra en que esta distinción entre el mundo sensible y el inteligible es tomada simplemente como un "hecho", es decir, que no aporta ninguna fundamentación de que la imagen no tenga por sí misma ninguna inteligibilidad. De ese modo mostramos que la distancia que impone Sartori entre imágenes y conceptos es más radical todavía que la que Platón problematiza entre las cosas individuales y las Ideas, para Sartori la imagen es pura y simple representación visual, es algo que simplemente se ve.

También creemos haber mostrado que esto conlleva una nueva dificultad respecto de las fuentes que el mismo Sartori cita. En este punto, nos referimos a Cassirer, a quien se apela en el texto analizado para definir el carácter simbólico del *homo sapiens*, y que afirma que el *homo videns* pierde al quedar enredado en la no-significación de la imagen. Y también que en tanto Sartori caracteriza al *homo sapiens* por ser simbólico y al *homo videns* como aquel que ha perdido su capacidad de conceptualización y por tanto también su ser simbólico, se deriva que la imagen no es concebida como símbolo. De este modo se explicitó que esta forma de referirse a la imagen no es la que Cassirer sostiene, porque reduce la capacidad simbólica a la palabra, mientras que para el pensador alemán la imagen es algo propio del pensamiento simbólico. Creemos así que para Sartori la imagen es sólo una referencia concreta a las cosas concretas.

Otro aspecto analizado fue la oposición entre lo concreto y lo abstracto en relación con el estatuto epistemológico del lenguaje. Al respecto subrayamos que Sartori establece una diferenciación en el seno mismo del lenguaje, entre lenguaje concreto y lenguaje abstracto o conceptual, lo que significa que el lenguaje está constituido, por un lado, por «palabras concretas» (vocabulario de orden práctico), y por otro lado, «palabras abstractas» (vocabulario de orden teórico). Las palabras concretas son referidas a «cosas visibles» y, en este sentido, a meras «representaciones» (imágenes); en tanto, las palabras abstractas no tienen para Sartori ningún correlato en las cosas visibles, y su significado no se puede trasladar ni traducir en imágenes; en otras palabras, que las abstractas son las palabras que remiten al ámbito de lo «invisible», esto es, lo inteligible.

Señalamos, en primer lugar, que la distinción de tipos de lenguaje propuesta por *Homo videns* difiere de la que el mismo Sartori establece en *La política...* Allí establece dos tipos de lenguaje: el «materno» y el «lógico», el primero emotivo, ambiguo, impreciso, incapaz de hablar de sí mismo y, en consecuencia, de promover autoconciencia; mientras que el último (característico del *homo sapiens*) es propio de la crítica, de la reflexión y del conocimiento. Ahora bien, mostramos que si bien el lenguaje abstracto en la descripción de *Homo videns* mantiene los rasgos centrales del lenguaje lógico, el lenguaje concreto no mantiene los mismos rasgos del lenguaje materno; ahora, el lenguaje concreto se presenta despojado de esta ambigüedad y riqueza de sentido y se limita a ser pura referencialidad a las «cosas» cotidianas, pura imagen o representación de las cosas, incapaz de establecer un tejido de significación o inteligibilidad. Creemos descubrir que Sartori adopta una posición «realista» ingenua del lenguaje, anterior a la lingüística saussuriana, a partir de la cual las palabras no necesitan tener un referente para significar, dado que su valor reside en la diferencia con otros signos del mismo sistema lingüístico, mientras que en el tratamiento de *Homo videns* los rasgos de la lengua están determinados por los objetos a los que refiere y las palabras no serían más que instrumentos para referirse a ellos: si se refieren a cosas vi-

sibles, las palabras son concretas; si se refieren a lo no visible, entonces son abstractas. Los conceptos, así, resultan ser también ellos «cosas», sólo que invisibles. De esta manera, ambos tipos de lenguaje son igualmente «representativos» y la diferencia se encuentra en el tipo de cosas que representan.

Hicimos a continuación, algunas observaciones acerca del estatus epistemológico del lenguaje en *Homo videns*. En primer lugar, que la dimensión de intersubjetividad está ausente. En segundo lugar, que la separación entre abstracto y concreto implica una contraposición entre *doxa* u opinión y *episteme* o ciencia.

Por último, nos ocupamos de la relación entre verdad y falsedad, lo real y lo irreal en relación con las imágenes. Allí afirmamos que en *Homo videns*, verdad se opone tanto a ficción como a falsedad, no ya en relación con el lenguaje concreto, sino respecto de las imágenes televisivas; de modo que la imagen televisiva no es el lugar de la verdad, no es el lugar de la ciencia, sino de la *doxa* u opinión. En primer lugar, porque las imágenes transmitidas por la televisión comparten el carácter de conocimiento no fundado de la opinión (el fundamento de la imagen es la imagen misma). En segundo lugar, esta falta de certeza implica un problema ontológico, porque el televidente al confundir la certeza de la percepción (subjetiva), con la verdad de lo que «ve», es decir la verdad «objetiva», queda atrapado en la remisión de la imagen a su sensibilidad, lo que obstaculiza los caminos de acceso a lo invisible y conceptual y toma este mundo incierto transmitido por las imágenes como el «mundo real».

Vimos que en principio, la imagen acercada por la pantalla del televisor no es ficción en términos absolutos, dado que es representación de la realidad verdadera; pero para Sartori eso representado es una pseudo-realidad (por la compulsión al mostrar). De este modo la imagen es establecida como el lugar de una forma de la falsedad y efectúa una distinción ontológica entre cosas reales y otras pseudo-cosas, representadas por las imágenes. Por último, mostramos que esta forma de concebir el problema de la realidad en relación con su representación por los medios de comunicación masiva, pone de manifiesto que, para Sartori, la realidad es concebida simplemente como «lo dado», lo independientemente de la acción de los hombres y que sólo adquiere un sentido en los conceptos. A propósito de esto, indicamos un problema: si la imagen es totalmente incapaz de inteligibilidad, es tan imposible que diga la verdad como que mienta, mientras que Sartori afirma categóricamente que la imagen miente, por lo cual la tesis de la ininteligibilidad de la imagen no es sostenible en términos absolutos.

2.2.2. Adquisición y construcción individual del conocimiento

Aquí analizamos algunos supuestos relativos a las facultades cognitivas y a las formas del conocimiento sobre los que descansa esta teorización sartoriana. En primer lugar, los supuestos relativos al pensamiento y las facultades del sujeto: tanto el uno como la otra son concebidos por Sartori de manera subjetiva (la racionalidad es siempre la racionalidad de un sujeto capaz de pensamiento abstracto, y el pensamiento es, también, siempre la actividad de un sujeto capaz de abstraer y conceptuar). También la percepción y la sensibilidad son facultades de un sujeto que capta imágenes o cosas visibles. Además, ni la percepción es concebida como actividad, ni la imagen como producto de la actividad cultural de los hombres, ni la realidad es producto de la praxis humana, ni la razón y la libertad subjetivas son «plasmables» en la realidad más inmediata, aún cuando la capacidad de razonar no sufra los estragos que en ella produce la televisión. Estas capacidades sólo se cultivan en y

per el *mundus intelligibilis*; en lo que parecería resultar una actividad teórica «desinteresada» (la misma que Habermas acusa de ideológica).

Pero, más centralmente, aún en lo que hace al problema epistemológico, encontramos en este ámbito el problema del estatuto de la percepción. En primer lugar, observaremos el uso ambiguo del término «sensibilidad». Lo sensible es tanto aquello perceptible por nuestros sentidos (las cosas visibles referidas por el lenguaje concreto) como la capacidad de percibir tales cosas (y en este sentido la facultad de percepción) y también como emotividad (los sentimientos y las emociones que la imagen produce y que erosiona la capacidad de pensar).

Este uso ambiguo del concepto de sensibilidad oscurece el rango epistemológico de la percepción. El primer caso fue analizado en relación con la imagen; en el segundo caso mostramos que Sartori oscila entre considerarla como una recepción pasiva y un ver activo (aunque esta posibilidad es subsumida en la actividad conceptual), de modo que la actividad y la significación no son propias de la percepción sino de la inteligencia. En consecuencia, el *homo videns* no es autónomo, no porque su educación en la imagen atrofia su capacidad conceptual, sino porque al definir la percepción pone el énfasis no en el sujeto como síntesis activa de experiencias, sino en el objeto de percepción y conocimiento.

En este aspecto mostramos que las posiciones de Sartori no registran los planteos que a este respecto hicieron Kant, Cassirer y Merleu-Ponty respecto de la percepción, es más, que ni siquiera es coherente con el de la Ilustración con la que se identifica. Y la consecuencia que obtiene Sartori para el sujeto es la incapacidad de diferenciar lo real de lo irreal, lo verdadero de lo falso, lo existente de lo imaginario.

2.2.3. Adquisición y construcción social del conocimiento

La cuestión fue estructurada en dos aspectos: el problema de la información que suministran los medios masivos de comunicación y la opinión pública que resulta de la actividad de dichos medios.

Respecto de la información, partimos de que ella responde a la condición de publicidad de los asuntos referentes a la vida política democrática, que es una forma ineludible de conocimiento social en las sociedades de los medios de comunicación masiva. Pero Sartori considera que la televisión, aunque no llega a excluir la palabra, le otorga un lugar secundario respecto de la imagen, la palabra no despliega en el medio audiovisual toda su capacidad conceptual o simbólica; en consecuencia, del mismo modo que la imagen, la información no es conocimiento, la información no lleva a comprender la política. Sartori considera que la televisión viabiliza dos formas de la información, que en última instancia son falsas: la subinformación y la desinformación.

La primera consiste en la insuficiencia o el empobrecimiento de la información, la segunda en la distorsión. Las causas de esto Sartori las encuentra en la naturaleza de la imagen televisiva: ambas se diferencian de la información en que reemplazan la comunicación por el contacto. La incapacidad del hombre que ve para diferenciar lo verdadero de lo falso y la incapacidad de la televisión para establecer la misma diferencia son una y la misma incapacidad, a saber, la de la sociedad *mass mediática* para la verdad: sobre la base de esta información falsa se construye la comunicación social en una democracia determinada, entonces esta comunicación estará distorsionada.

Para especificar esta relación verdad/falsedad, buscamos sin éxito en las páginas de *Homo videns* una definición específica de verdad. Ante este fracaso inferimos que para

Sartori la verdad requiere de la subordinación de la imagen al concepto (en términos subjetivos, subordinación de la fantasía a la razón o del ver al pensar). Pero, sea cual fuere el criterio de verdad para Sartori, propusimos el concepto de "régimen de verdad" definido por Foucault, según el cual, hay sitios en los que se forma la verdad, es allí donde se definen un cierto número de reglas de juego a partir de las cuales vemos nacer ciertas formas de subjetividad, dominios de objeto, tipos de saber. De ese modo reinterpretemos la ingenua afirmación sartoriana de que la imagen tiene su fundamento en sí misma. De este modo, sostuvimos que la imagen no aparece en el medio de manera «espontánea» (como también sostiene Sartori), pero tampoco "teledirige" las opiniones de los sujetos políticos. Creemos haber mostrado la rusticidad de la concepción de Sartori de la verdad en tanto no considera siquiera que ella pueda ser producto de la actividad humana o que pueda encontrarse en el poder. Y, en términos de participación democrática, la verdad tampoco es concebida por Sartori como producto de la deliberación racional de los hombres, dado que tal deliberación se basa en información falsa o falseada, y en la carencia de inteligibilidad conceptual.

En lo que toca a la opinión pública, hemos explicitado y discutido lo que Sartori considera un «hecho»: que en las sociedades *mass-mediáticas* el carácter dogmático de la opinión pública se profundiza con pésimas consecuencias para el desarrollo de la democracia.

Para ello mostramos que Sartori identifica la imagen con la *doxa* y la opone a la *episteme*; la opinión pública no es saber y no es ciencia; es simplemente un «parecer», una opinión subjetiva. En consecuencia, la opinión pública mediante la que participan los ciudadanos de una democracia no goza de un estatus epistemológico de discurso, de crítica y verdad, sino que por el contrario es «frágil» y «variable», es un «sentir» la cosa pública apoyado en las imágenes mediante las cuales los ciudadanos se *desinforman* o se *subinforman*. Para Sartori, a la ya peligrosa debilidad epistemológica de la opinión pública, en las sociedades donde el conocimiento social y el intercambio político está atravesado por los fenómenos mediáticos, se suma el hecho de fundarse en la información que los medios visuales. Así, el televidente, debilitado ya por su *paideia* televisiva, por su incapacidad subjetiva de distinguir lo real de lo imaginario y lo verdadero de lo falso, toma estos pseudoacontecimientos como los hechos «reales» y, a partir de ellos, elabora su sentir sobre los asuntos comunes de la vida política, esto es, elabora su opinión sobre la cosa pública. Lo que diferenciaría, entonces, una opinión autónoma de una opinión heterónoma (que no es más que una forma distinta de referirse a las opiniones críticas y a las acriticas) sería, por lo que se lee en estas páginas, el *medio* a través del cual llega la información a los ciudadanos. A esto se suma que la televisión es explosiva porque destrona a los llamados líderes intermedios de opinión, y porque se lleva por delante la multiplicidad de «autoridades cognitivas» que establecen de forma diferente, para cada uno de nosotros, en quién debemos creer, quién es digno de crédito y quién no lo es.

Analizamos la forma política que resulta de esta epistemología del conocimiento social, lo que Sartori denomina "vídeocracia", cuyos rasgos epistemológicos son la emotivización de la política y la sondeo-dependencia. A propósito de la primera, mostramos la insuficiencia que supone concebir a la televisión como promotora del *pathos* y no del *logos* en virtud de su apelación a la emotividad mediante la imagen. En lo que hace, finalmente, a la sondeo-dependencia, observamos que bien podría tratarse de una de las reglas internas de un régimen de verdad televisivo, aunque Sartori la define como instrumentos de demopoder que bloquea decisiones útiles y necesarias o bien lleva a tomar decisiones equivocadas. En síntesis, son una manera de asegurar que los sujetos de una sociedad «tele-dirigida»

se mantengan en la falsedad: Los sondeos de opinión "auscultan la falsedad" porque simplemente exponen la ignorancia de los sujetos incapaces de pensamiento abstracto.

2.3. Conclusiones de los supuestos ético-políticos en *Homo videns*

Hemos problematizado los supuestos acerca de la ética, la libertad y el ejercicio de la ciudadanía subyacentes a la tesis que afirma que la televisión opera un cambio en la naturaleza del hombre que empobrece su aparato cognoscitivo dejándolo sin pensamiento argumentativo que es la condición para el ejercicio de la libertad. Mostramos que de aquí se derivan consecuencias decisivas para la ética individual y social, puesto que los individuos alienados carecen de la libertad necesaria para la vida democrática. Al respecto, expusimos la perspectiva de Sartori según la cual la televisión ha cambiado radicalmente la manera de hacer política y de «ser político», teniendo presente que, en la medida que se trata de un pensador de intereses fundamentalmente políticos, este eje ético-político resulta de particular relieve para nuestro autor.

Habiendo expuesto en otro lugar la cuestión de la "formación", en particular la formación [paideia] del niño, de modo que cuando éste llega a la práctica política concreta ya se encuentra preformado, articulamos el análisis de *Homo Videns* acerca del papel que desempeña la televisión con relación a lo político en tres planos: la cuestión de la "información" y, en relación de dependencia con él; el papel de la opinión pública en los procesos electorales y la modificación y condicionamiento de las formas políticas.

2.3.1. Información

Distinguimos respecto de la transmisión de información tres niveles: el propio de la información, la subinformación (información insuficiente) y la desinformación (información distorsionada o falsa). Para Sartori la información política que brinda la televisión es escasa (en su mayoría está referida a sucesos deportivos, luctuosos, catastróficos, lacrimógenos, etc.), y ella misma es de poca calidad. Sin embargo, Sartori no puede dejar de reconocer que las noticias de mayor importancia objetiva son tratadas por la información política televisiva.

También expusimos y criticamos la tesis de Sartori de que en los sistemas democráticos la televisión condiciona tanto a la opinión pública como a las decisiones de los gobiernos (el acto de ver suplanta al acto de discurrir y con ello cambia todo el sistema de autoridad). En esto se apoya el concepto de "video política": la autoridad es la autoridad de la imagen. De este modo el sistema democrático representativo basado en la opinión pública sufre un cambio de raíz: la opinión pública no es la opinión propia del público, sino una opinión "hetero-dirigida" por la televisión que vacía a la democracia de su rasgo esencial (ser un gobierno de opinión).

A partir de esto mostramos que para Sartori la televisión no constituye un jalón más en la historia de los medios, porque ella cambia el "criterio" de selección de la información en tanto que la preeminencia es la de la imagen: la información que cuenta es la que se puede filmar mejor, de lo contrario no hay noticia. Al mismo tiempo mostramos las carencias que esta posición implica.

Reseñamos las objeciones de Sartori a la información televisiva: las falsas estadísticas, las entrevistas casuales, la exageración y, por último, el ataque y la agresividad; mos-

trando que el autor restringe el problema de la información a la exposición meramente televisiva.

2.3.2. Procesos electorales

Respecto del influjo de la televisión sobre los procesos electorales, analizamos la tesis de Sartori sobre las "video elecciones" como determinación del voto de los ciudadanos por parte de la televisión. En este caso, nuestra crítica se apoya en principio sobre los argumentos del propio Sartori cuando confiesa que no es posible medir el influjo de la televisión en los procesos electorales. Y subrayamos que, pese a ello, afirma que es prácticamente seguro que la influencia de la televisión es decisiva.

Según el autor, esto se produce porque la televisión personaliza las elecciones (porque lo que importa es la exhibición de las personas, los rostros son "telegénicos" en detrimento de los partidos organizados de masas); cambia las autoridades cognitivas (ahora aparecen divos del cine, futbolistas, etcétera, en detrimento de la autoridad cognitiva competente), emotiviza los procesos (en detrimento de los planteos políticos conceptuales), propone falsos problemas (porque los políticos tienen que plantear soluciones a los "acontecimientos mediáticos" en detrimento de los verdaderos problemas).

Además de haber mostrado las limitaciones de este modo de pensar la política (como reducida al espacio de la pantalla), cuestionamos también la propia concepción de democracia de Sartori, que tiene más relación con un proyecto ilustrado y tecnocrático que con formas plenas de participación.

2.3.3. Cuestiones formales del gobierno

Por último, destacamos los efectos que, según Sartori, la televisión produce en las formas políticas mismas. Para él la democracia representativa no se basa en la información de pueblo (porque el pueblo es, y siempre ha sido así, fuertemente ignorante) sino en la información de los que gobiernan. La clave está en que el pueblo no decide, sino que se limita a elegir a quién tomará las decisiones. Ahora bien, mostramos que para Sartori con el advenimiento de la televisión la democracia representativa ya no satisface y aparecen reclamos de profundizar la democracia a través de formas más directas de gobierno. Pero, dado los efectos que produce la televisión en el hombre, la democracia se convierte en un sistema de gobierno en el que son los más incompetentes los que deciden (un sistema de gobierno suicida); de ese modo se produce un desarrollo inverso: crece el directismo al mismo tiempo que decrece la información de los que participan de este proceso.

De todo esto concluimos que, para Sartori, el pueblo elector, debilitado en su capacidad de entender y de formarse una opinión propia, prácticamente deshecho sus vínculos comunitarios (soledad electrónica), no puede sin peligros extremos modificar las formas tradicionales de organización política: en lugar de disfrutar de una democracia directa, el demos está dirigido por los medios de comunicación.

3. Tercera parte: Conclusiones derivadas de la discusión de las tesis desarrolladas en la investigación de *Homo videns*.

3.1. Televisión, imagen y pensamiento

En la primera parte de su libro, Sartori presenta los supuestos que sirven de marco teórico a su investigación acerca de la naturaleza del hombre, del desarrollo tecnológico, y las consecuencias que se desprenden de la transformación de estos factores. En los tres primeros capítulos argumenta cómo la extensión de la televisión ha conducido a la primacía de la imagen sobre el pensamiento crítico, y cómo ello ha alterado la naturaleza humana al dominar el proceso de formación elemental de los niños. En los últimos cuatro capítulos, Sartori considera el fenómeno televisivo desde el marco más abarcador de la cultura y la civilización, sin discriminar estos dos términos, tomándolos casi como sinónimos. En el punto 4 trata la cuestión del progreso; en el 5 presenta una de sus principales tesis, a saber, que el reinado de la imagen impuesto por la televisión produce en los individuos un empobrecimiento de la capacidad de entender; en el 6 responde a las objeciones que han sido formuladas a sus investigaciones y en el 7, el caso Internet y cibernavegación.

3.1.1. La primacía de la imagen

Para este aspecto partimos de una confrontación con Cassirer mostrando que cuando éste habla de lenguaje no se está refiriendo ni sola ni principalmente al lenguaje conceptual, que es el que Sartori destaca como el primordial. A este respecto se consideraron algunos supuestos que yacen por debajo de la teorización sartoriana, así las concepciones de la imagen y del lenguaje solidarias entre sí revelan un dualismo de cuño platónico, que se expresa en sucesivos pares de conceptos enfrentados: ver/entender, visible/inteligible, ver/pensar, palabra concreta/palabra abstracta, *homo sapiens/homo videns*.

Mostramos que Sartori opone la palabra a la imagen; para él el lenguaje no es sólo un instrumento del comunicar, sino también del pensar, y "el pensar no necesita del ver". Rechazamos esta dicotomía central de toda la obra a partir de los planteos de la hermenéutica, en este caso particular; apoyándonos en las cuestiones del contenido de la imagen, la relación entre palabra e imagen y el círculo hermenéutico.

Respecto del estatuto ontológico del contenido de la imagen, hemos diferenciando imagen de copia mostrando que mientras la copia está a merced de lo copiado (condición servil que presenta como fin el parecerse al original), la imagen es algo más que una copia. La copia se cancela a sí misma en tanto funciona como un medio que pierde su función en cuanto alcanza su objetivo, en cambio la imagen no se autocancela porque lo que importa en ella es precisamente cómo se representa lo representado; en ese sentido la imagen posee una realidad autónoma. La esencia de la imagen se encuentra entre el signo, como pura referencia a algo, y el símbolo, como puro estar en otra cosa.

En cuanto a la relación entre palabra e imagen, sostuvimos que ella es de índole dialéctica: la imagen presente en el acto de ver y la palabra presente en el acto de oír son momentos del comprender y forman por lo tanto parte del mismo proceso.

Por último, planteamos que en el círculo hermenéutico, del que resulta la ontologización del circuito comprensión-interpretación, se hace patente la ruptura del esquema platónico que opuso lo visible a lo inteligible.

3.1.2. Primacía de la palabra escrita

En el análisis del supuesto de la primacía de la escritura, partimos de la afirmación de Sartori respecto de la palabra escrita como aquello que ha hecho posible la civilización. Y aunque reconocimos en esta aseveración contiene una parte de verdad, marcamos que el autor delata un desconocimiento de la historia en cuanto no tiene en cuenta que antes de la cultura escrita ha habido una cultura no escrita que ha nutrido a aquélla y fue punto de partida para el desarrollo de una *paideia* sustentada en la memoria y en la transmisión oral.

También pusimos en cuestión las afirmaciones de Sartori según las cuales en la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar (la voz del medio, o de un hablante, es secundaria porque está en función de la imagen) y que lleva a la consecuencia de que el telespectador se convierte en un *animal vidente*. Esto supone que la imagen no requiere interpretación, sino que es recibida pasivamente. Pero no hay tal cosa: el ver es ya interpretar (nunca se ve de manera desnuda, sino que se ve algo como algo). Planteamos al respecto que Sartori edifica su teoría sobre una concepción abstracta y sensualista de la imagen.

Extrajimos las consecuencias de sostener que la imagen obtura la reflexión y mostramos que ella supone una concepción prekantiana en la relación con el objeto, también que la impugnación del valor cognitivo de la imagen conduciría a la impugnación del arte y el consecuente desconocimiento de su potencia plasmadora de sentido.

Otro de los argumentos analizados fue el de que la palabra juega en la televisión un papel secundario respecto de la imagen. Esto supone que el "oír" y el "ver" operan separadamente y no se interconectan entre sí, cuando en realidad uno no puede concebirse sin el otro. Así como oír y ver son actos simultáneos, también lo son la imagen y la palabra, es más, cuando vemos imágenes sin palabras, nuestro entendimiento las traduce a palabras para comprenderlas. La imagen, por así decir, "habla por sí misma" y el que la ve, la entiende.

3.1.3. El problema del lenguaje

Creemos haber mostrado que la concepción del lenguaje que anima la interpretación de Sartori limita el lenguaje al lenguaje-palabra, con especial énfasis en la palabra escrita (contrapunto palabra escrita/palabra hablada) y en la palabra abstracta (enfrentada a la palabra concreta). Y que, además, diferencia el lenguaje animal del humano por cuanto este último es capaz de reflexión. A esto le opusimos una concepción amplia y una restringida del lenguaje. Según la primera, él forma parte de toda comunicación, no sólo el habla sino también los gestos y ademanes, y que esta comunicación se da entre los hombres y también en el lenguaje animal; hay incluso un tipo de comunicación que el hombre mantiene con algunos animales domésticos y que éstos de algún modo, comprenden. En su sentido más estricto, el lenguaje formado por palabras, él no es ni sujeto ni objeto, sino nuestro vínculo con el mundo; o mejor, hay mundo en tanto hay lenguaje que articula sentidos que configuran una totalidad. Por lo tanto el lenguaje no es algo que se agrega a nuestra naturaleza, sino hace a nuestra propia existencia.

3.1.4. Televisión y progreso

En el apartado 4, la pregunta que se formula, en la línea del desarrollo de la tecnología de la comunicación, es si la televisión representa un progreso. Esta pregunta conduce a una larga discusión acerca del significado de la palabra «progreso», diferenciando progreso cuantitativo de progreso cualitativo. En el primer caso se trata de un avance incontrastable: la televisión informa a más gente y llega a más hogares, interconecta más eficazmente a los hombres y a los pueblos entre sí. Pero un avance no es necesariamente una mejora, y Sartori llama mejora al aumento de la capacidad de entendimiento, que no encuentra sea el caso de los efectos que ha provocado la televisión, sino más bien lo contrario, esto es, una disminución de la capacidad crítica y reflexiva propia del *homo sapiens*. Informa a más, pero los contenidos son más pobres que en el caso de cualquier otro medio, por ejemplo la prensa escrita.

A estas apreciaciones hemos objetado que Sartori confunde contenidos con género: el noticiero es un género y no agota todos los contenidos que transmite la televisión. Pero el problema con la televisión —dice Sartori— es que, al primar la imagen, transforma todo contenido en «espectáculo». Si la imagen jugara solamente como ilustración de la palabra, no habría pérdida; el problema es que la imagen como espectáculo es la que gobierna, y al hacerlo cambia totalmente la valoración². Vimos que al exagerar los efectos de la televisión, se termina por confundir los problemas propios de una sociedad de masas, que como fenómeno sociológico es muy anterior a la aparición de la televisión, con los efectos de esta última. Los teóricos liberales del siglo XIX, como John Stuart Mill y Alexis de Tocqueville, habían advertido ya entonces estos procesos de masificación, estandarización, homogeneización y reducción de las diferencias, aunque Tocqueville por ejemplo, los valoraba positivamente, porque al propiciar la igualdad favorecían la democracia. Pero además, Sartori está responsabilizando a la televisión de todos los males de la sociedad contemporánea y desconociendo —en el terreno de la comunicación al menos—, todos los otros medios como el periódico y la radio.

3.1.5. Ver y pensar

En el punto 5 expone dos premisas centrales: 1) la televisión transforma todo en espectáculo y 2) empobrece la capacidad de entender. Con relación a la primera, se trata de determinar si la espectacularidad de la televisión es esencial o si es contingente. Si lo primero fuera el caso, no habría salida alguna —aunque a veces parece alentar esperanzas de que la TV fuera mejor. Sobre esta cuestión, Sartori revela cierta ambigüedad: dice que, por un lado, beneficia, porque estimula al *homo ludens*; por el otro, su efecto es nocivo, porque disminuye la capacidad del entendimiento y convierte al hombre en un eterno niño que juega.

Las hipótesis de que parte tienen ciertos corolarios que encontramos discutibles, a saber: 1) La denominación de *homo ludens* es utilizada acriticamente por Sartori, no tiene en cuenta la teorización llevada a cabo por la hermenéutica, ni las investigaciones de un historiador y teórico de la cultura como Huizinga, que dan al juego un relieve que escapa a la simplificación de ubicarlo en un lugar meramente accesorio y secundario, contrapuesto a

² El baremo que permite evaluar si hay o no progreso cualitativo, es si coadyuva a la capacidad de entender o si va en detrimento de ello.

la seriedad del entendimiento. 2) Al establecer la diferencia entre lo cualitativo y lo cuantitativo del progreso, desconoce los desarrollos del idealismo y del materialismo que relacionan dialécticamente ambos aspectos. 3) No tiene en cuenta el poder formativo y el papel primordial que han desempeñado las imágenes en la historia de las culturas. La relación entre el espectador y lo que ve por televisión no es abstracta sino que está en un marco mayor que es el mundo al que ambos pertenecen, sus creencias, ideales, valores, etc. 4) Aun compartiendo con él el punto de vista ilustrado, la difusión de la información es en sí misma una mejora, ese fue el sentido de la publicación y difusión de la *Encyclopedie*, a la que alude admirativamente. 5) No distingue el «ver» del «mirar», con lo cual no puede estimar la dimensión subjetiva que puede alcanzar lo visible. 6) Aportamos otra idea de progreso: entendemos por progreso todo aquello que permite el crecimiento de las potencialidades humanas, como la sensibilidad, la creatividad, la inventiva. El progreso se puede entender en sentido lineal y acumulativo, pero también en un sentido más integral y de vasos comunicantes entre diversas esferas. Además, si entendemos la TV dentro de la tradición de las artes plásticas, como el cine por ejemplo, y no meramente como espectáculo, entonces la valoración ya no es la misma.

La otra hipótesis dice que la televisión empobreció la capacidad de entender. La dificultad mayor estriba en que Sartori aplica un concepto demasiado estrecho de entendimiento, pues lo reduce a la capacidad de abstracción. El pensar es pensar palabras y no cualquier palabra, sino sobre todo las llamadas palabras abstractas, que no tienen un referente en la realidad empírica. ¿Es que los conceptos empíricos que Kant se esforzó por fundamentar en su *Crítica de la razón pura* no son pensamiento en sentido cabal para Sartori? Si no se puede sintetizar lo sensible con lo intelectual no hay tampoco ciencia, ni lenguaje, ni por supuesto filosofía. Pareciera que para Sartori, el sendero del avance en la cultura está dado por la ciencia (y una concepción muy limitada de ella), desconociendo las otras esferas que la configuran, como el arte, la religión, las costumbres u otras tantas. Piensa la civilización como tecno-científica, le cabría la interpretación que hace Heidegger de la época moderna como un tiempo en que los cursos de acción de los hombres son dictados por la ciencia y puestos en marcha por la técnica.

En cuanto a la escisión entre la imagen y el concepto, no es sostenible desde ningún encuadre teórico. Para Cassirer, por tomar una de las fuentes discutidas, se da una ligazón entre una y otro, pero la misma es diferente según la forma simbólica en que lo contemplemos. En el caso del arte, por ejemplo, se da una condensación e intensificación que produce otra forma de comprensión que la que podría producir la palabra, ya sea la del lenguaje ordinario, ya la de la ciencia.

Para Sartori, las palabras abstractas no son traducibles a la imagen; cuando esto ocurre, se opera una distorsión del concepto. Pareciera resonar en este juicio el concepto marxista de ideología como falsificación de la realidad, aunque Marx lo atribuía al discurso mismo, sobre todo al discurso escrito.

3.1.6. El medio y sus efectos

En el apartado 6, Sartori responde a las objeciones formuladas contra sus tesis: 1) que la televisión es un hecho inevitable. Este no es un argumento válido para Sartori, porque muchas cosas resultan nefastas para la humanidad y, sin embargo, se llevan a cabo acciones para contrarrestar esos efectos. Pero en el examen de este problema emerge la ambigüedad del mismo Sartori, porque no ha quedado aclarado si lo condenable es el medio

mismo o lo que transmite. 2) que concepto e imagen no se contraponen sino que se integran, Sartori contesta esta observación no conceptualmente, sino con datos estadísticos. Tales datos, para que digan algo, deben ser interpretados de muchas maneras. 3) Para Sartori es falso que las imágenes sean explicadas en la pantalla televisiva, no existe una genuina confluencia palabra/imagen, sino que la palabra cumple para Sartori un rol secundario. Preguntamos: ¿por qué las imágenes deben ser explicadas?; ¿se explica acaso una sinfonía? 4) La televisión simplifica pero llega a más gente. Para refutar este enunciado, Sartori vuelve a su distinción entre progreso cuantitativo y progreso cualitativo. Para él, un conocimiento transmitido por imágenes carece de valor cognoscitivo, más que difundir saber, erosiona sus contenidos. La conclusión a que arriba Sartori no es más que un supuesto que no ha sometido a examen, lo que en lógica se denomina *petitio principii*. 5) Que su crítica va dirigida a la televisión pero no abarca los nuevos modelos multimediáticos de comunicación, como *Internet*. A esto Sartori responde que el *homo videns* ya está allí cuando se enfrenta a la red.

3.1.7. La información

Por último, en el apartado 7 Sartori polemiza con el "negropontismo", y una vez más sus argumentos finales son de índole cuantitativa. La pregunta es ¿cuántas personas accederán a la red?, dando por sentado que será una minoría. Además, sentencia que los que incursionaren en este medio, no lo harán impulsados por genuinos intereses intelectuales, como descuenta Sartori si lo hacen los lectores de libros. El diagnóstico se sostiene, como podemos apreciar, sobre supuestos muy endeble, ¿qué cabría esperar de la prognosis?

3.2. Televisión y opinión pública: crítica a la «teledirección» como manipulación mediática

Analizamos la segunda parte de *Homo Videns* que lleva por título «La opinión teledirigida» (una paráfrasis del subtítulo del libro: «La sociedad teledirigida») donde Sartori plantea que una sociedad teledirigida implica que los procesos y los agentes son videodirigidos. Este análisis fue estructurado en tres ejes: el problema de la opinión pública, la relación entre la información y el medio y, por último, del de la relación entre información y comunicación.

3.2.1. La opinión pública

La primera cuestión planteada fue la de la opinión en general. Ella es, según Sartori, heterónoma (en oposición a la autonomía de la razón), mera *doxa* (no tiene el carácter verdadero y firme de la *episteme*), y además, está ligada a la imagen (dado que comparte su naturaleza variable y probabilística); por esto la identifica con la convicción y la creencia y la desvincula del conocimiento.

A partir de ello, la opinión pública es definida como un «sentir» la cosa pública apoyado en las imágenes mediante las cuales los ciudadanos se desinforman o se subinforman. En este sentido ella es tan sólo un producto de la sensibilidad o la emotividad y de ninguna manera puede alcanzar el nivel de un juicio reflexivo y crítico. Al mismo tiempo, la opinión es pensada también como débil en el sentido práctico o moral. Así, el mundo de la opinión (privada o pública) sería simplemente el mundo de las imágenes, el lugar de la

falta de conocimiento y, por tanto, de la no-verdad; éste sería el mundo eminentemente invadido y constituido por la televisión y, por esa razón, los hombres que se manejaran dentro de sus límites serían hombres incultos, carentes de lenguaje abstracto e incapaces de pensamiento conceptual.

Ahora bien, dado que la vida democrática reside en gran medida en la opinión del demos, como el mismo Sartori lo afirma, contrapusimos sus opiniones con las planteadas por Habermas. Al respecto mostramos que si bien ambos defienden la tradición ilustrada, el pensador alemán lo hace a partir de los resultados del pensamiento contemporáneo, mientras que Sartori parece anclado en la primera ilustración. Incluso interpreta el concepto platónico de *doxa* como algo que implica un hombre *sólo capaz de doxa* y, en consecuencia, incapaz de gobernarse a sí mismo o de gobernar a los demás. De ahí que al definir democracia Sartori no sólo aclare que se trata de una democracia representativa, sino también observe especialmente que la democracia directa no es factible. Esto nos llevó a sospechar que el supuesto de Sartori es más platónico o pre-moderno que ilustrado dada su reacción frente a la genealogía de la opinión pública llevada a cabo por Habermas, su recurso a Platón para desautorizar la interpretación habermasiana del concepto moderno de opinión y su aceptación de la desestimación de la democracia directa porque la misma implicaría un gobierno del saber y no de la opinión.

Por otra parte, el planteo de estas cuestiones nos llevó a ver las múltiples caras de la heteronomía supuestas en esta perspectiva. Así mostramos que la opinión pública, a pesar de la debilidad epistemológica que le es esencial por ser sólo «opinión», constituye el corazón de la vida política de los ciudadanos en una sociedad democrática. Y aunque por sí solo, esto no implica ni que la opinión sea heterónoma, ni que la democracia sea una forma política débil, sin embargo, en las sociedades donde el conocimiento social y el intercambio político están atravesados por el fenómeno mediático de la televisión, la información a partir de la cual los ciudadanos se enteran de, y opinan sobre, la cosa pública es preferentemente la que los medios visuales ponen en circulación. Pero esto último, si bien responde tanto a una necesidad de la misma forma democrática, como a una realidad técnica de la época, implica para la primera una amenaza de su autonomía. Sartori sostiene al respecto que la opinión autónoma está expuesta a flujos de informaciones sobre el estado de la cosa pública y cuanto más se expone a ellos más riesgo corre de convertirse en «heterodirigida». Lo que diferenciaría, en tercer término, una opinión autónoma de una opinión heterónoma (una opinión crítica de una opinión acrítica) sería, por lo expuesto por Sartori, el medio a través del cual llega la información a los ciudadanos. Y la responsable de las opiniones acríticas de los ciudadanos sería, en definitiva, la televisión. A este tema prestaremos nuestra atención en las páginas que siguen.

3.2.2. La información y el medio

Dado que la heteronomía de la opinión sería una consecuencia directa de recurrir a la televisión como fuente de la información, planteamos la relación entre la información y el medio televisivo. Nos encontramos aquí con dos cuestiones, la primera que tiene casi la fuerza y el contenido de un credo: mientras que la comunicación por medio de la prensa escrita garantiza la autonomía de la opinión pública, la información televisiva la amenaza. La segunda que reside en el carácter vertical de la acción que tiene lugar cuando el agente formador de la opinión pública es la televisión. Estos problemas los discutimos, el primero

en relación con el carácter que la información adopta en la televisión, el segundo en relación con el concepto de público.

Luego de un *excursus* en el que confrontamos a Sartori con las tesis del psicoanálisis y la fenomenología de la percepción, nos planteamos la cuestión de la mala información. Lo hicimos porque para Sartori el problema más grave no es que la televisión como medio se encuentra limitada a informar y no a comunicar saberes, sino que la televisión «informa mal» (a estos efectos introduce los conceptos de desinformación y subinformación que analizamos en otro lugar). Mal-informar consiste en empobrecer los acontecimientos, en consecuencia, en describirlos de manera deficiente o sesgada, o bien en disfrazarlos, distorsionarlos o falsearlos. Todo esto, imagen mediante.

Al respecto cuestionamos la pretensión de objetividad atribuida a la información televisiva. Para ello observamos los planteos que la hermenéutica desarrolla respecto de carácter "objetivo" de algo e incluso lo relacionamos con el modo de pensarse la objetividad en una epistemología de las ciencias tal como la de Thomas Kuhn. En síntesis, planteamos que no es la ausencia de contexto lo que caracteriza a la imagen (sea ésta televisiva, fotográfica, etc.) sino la transformación y superposición de los contextos de producción, transmisión y recepción de las mismas lo que la caracteriza y, en consecuencia, lo que produce el enriquecimiento del sentido. No son la imagen ni la televisión las que descontextualizan, sino la crítica de Sartori que supone espectadores, medios y productores abstraídos de su contexto.

Por último, haciendo nuestras las críticas de Eco, mostramos que no sólo la televisión privilegia la noticia sobre hechos y que, aún así, el telespectador dispone de un contexto de interpretación más amplio que le permite decodificar esos hechos (aún los falsos) de una manera más profunda que la que Sartori supone. Además, en oposición a las tesis de la obra, creemos haber mostrado que el lector sería más vulnerable a ser engañado por el diario, por dos razones: en primer lugar, porque el proceso de producción de noticias no difiere mucho de un medio a otro; en segundo lugar porque, a pesar de ello, el lector prestaría su confianza al periódico, tal vez, sólo como reacción a la desconfianza que deposita en la televisión. Si lo que se pretende es una comprensión acabada del problema, pues, no puede ser reducido a denunciar la influencia perversa de un medio, ni a defender de manera ingenua la transparencia de un medio «neutral».

3.2.3. Información y comunicación

Por último, nuestra crítica se centró en la prescindencia sistemática que hace Sartori de la comunicación intersubjetiva. Obviar en el análisis de la comunicación social el hecho de que los individuos se comunican entre sí (además de estar «conectados» a los medios), o suponer que esta comunicación consista sólo en reproducir la información recibida a través de la pantalla, implica desestimar el aspecto menos asible de los fenómenos de comunicación, pero también el más rico: el de la intersubjetividad. Este aspecto de la crítica es, por otra parte, íntimamente solidario de la crítica a la concepción del lenguaje, como a la ontología y la antropología supuestas en la obra.

Planteamos que el concepto que Sartori tiene del público (con el doble carácter de televidente receptor de la información y de los resultados de los sondeos por un lado, y de sujeto interrogado por tales sondeos, por el otro) está reducido a términos únicamente individuales. Esta concepción implica que los individuos no se comunicarían entre sí, sino sólo con el medio o, por lo menos, que el diálogo de los individuos entre sí no es relevante a los

efectos del análisis del fenómeno comunicacional y mediático. También planteamos que Sartori considera que el desplazamiento de la comunicación intersubjetiva es efecto de la «invasión» de la televisión que transforma a los otrora sujetos de comunicación en sujetos meramente receptivos. De este modo, el público que opina es, a su vez, el público que recibe información sólo del medio y confía plenamente en su autoridad. Pero, aún cuando esta confianza en el poder de los medios sea real (cuestión que discutimos) de esto no se sigue que el público no se comunique entre sí. Al respecto confrontamos esta posición con la sostenida por Gomis en la que los sujetos que lo componen conservan un margen de individualidad y de autonomía; mostrando que sus pronunciamientos sobre la cosa pública no consisten meramente en la expresión de sus sentimientos manipulados por la imagen televisiva, sino en la consideración conciente de la información recibida, por un lado, y de sus intereses, por el otro. De alguna manera, la respuesta del público respondería al *common sense* británico referido por Habermas; es decir, el juicio crítico privado sobre lo expuesto ante la consideración pública.

Para cerrar el análisis del capítulo nos planteamos el problema del carácter demiúrgico de la televisión no ya en su aspecto antropogenético, sino en su capacidad de construir un mundo especial para el espectador y que se resume en la tesis: "*Non vidi, ergo non est*". La acusación de que la televisión estrecha los límites del mundo parece ir en contra de la mayoría de las apreciaciones contemporáneas al respecto. Por eso opusimos al respecto las afirmaciones de Gianni Vattimo, que encuentra en los *mass media* un fenómeno de relevancia tanto histórica como teórica en relación no sólo de la concepción del mundo de los individuos sino también de lo que concebimos como *mundo*; de modo que como consecuencia de la apertura mediática la realidad ha estallado en fragmentos que nos obligan ahora a hablar de «realidades» (y así es que se produce un efecto contrario a la localización de la que habla Sartori). De este modo, nuestra realidad local ya no se nos aparece como la realidad y reconocemos lo local como meramente local e incorporamos a nuestro mundo muchos otros gracias a los medios de comunicación masiva. Pero, además, los medios implican la posibilidad de tomar la palabra por parte de una multiplicidad de sujetos, la posibilidad de reivindicarse como realidad de lo local en la que reside la esperanza de emancipación en la sociedad de comunicación mediática. Por último, relacionamos la cuestión de la intersubjetividad con el plano político sosteniéndonos en autores tales como Bobbio o Hobsbawm para mostrar que en los modos de vida democráticos la televisión no necesariamente cumple un papel de oscurecimiento o achicamiento de la participación ciudadana, sino que posee potencialidades que permiten hacer de lo público algo más accesible.

3.3. Televisión y democracia: la videopolítica

Nos ocuparemos finalmente de la última parte de *Homo videns*, en la cual Sartori trata el tema de las deformaciones padecidas en la práctica política por el reinado de la televisión. Considera la influencia de la video-política en dos planos: en los procesos electorales y en la gestión de gobierno. Presenta una especie de periodización de la vida política en el siglo XX: el primer período abarca hasta la primera mitad del siglo y el segundo, desde allí en adelante, con el protagonismo de la televisión.

En primer lugar se ocupa de los procesos electorales. Menciona cuatro aspectos centrales que signaron el primer período: organizaciones políticas de masas, políticas ideológicas, candidatos partido-dependientes y escasa atención a los requerimientos de los electores. Lo característico del modo en que se desenvolvían las elecciones, en cualquiera

de sus modalidades, suponía una competencia de los actores políticos, cierta jerarquización partidaria, alguna organización militante, la lucha política en términos de ideas y propuestas. En cuanto a la cuarta característica, es decir, la escasa atención a las demandas de los electores, se está haciendo referencia al predominio de la oferta por sobre la demanda. En esta época la política no estaba bajo el influjo de la televisión y aunque existía el medio gráfico y la radio, es muy difícil determinar su grado de gravitación. Sartori no fundamenta debidamente sus afirmaciones. Reconoce, sin embargo, que algunos "dictadores" políticos, como Hitler, Mussolini y Perón se las arreglaron bastante bien con la radio para llevar adelante una tarea proselitista exitosa.

En el segundo período se transforma radicalmente el panorama electoral por el protagonismo que va adquiriendo la video-política. Sartori formula una ley general, según la cual el poder de la televisión es inversamente proporcional al poder de los partidos y de la prensa escrita.

A los análisis de Sartori respondimos: 1) Se observa en esta regla matemática de proporción inversa cierto formalismo abstracto. 2) Hay también una simplificación, ya que se supone un carácter unitario de la televisión y de los demás elementos. No contempla la posibilidad de que los tres factores (partido político, periódico y video-política), como de hecho suele ocurrir, pudieran confluir. Prevalece el dualismo sartoriano que enfrenta la cultura letrada a la visual; al escindirlos no puede pensarlos juntos. 3) Este enfoque demasiado formal y esquemático le impide considerar que la oposición se dé dentro mismo de la televisión. Aunque en este caso, nuestro autor diría que aun en la oposición, ambos candidatos pertenecen a la lógica televisiva.

Describe los efectos de la video-política que, en líneas generales, acentúan el deslizamiento del contenido de la propuesta electoral hacia el impacto de la imagen en el espectador, en este caso, el elector. Estos rasgos son: 1) La personalización, lo que se está ofertando es un rostro y no un proyecto político. 2) La emotivización, que opera en contra de la dimensión reflexiva del receptor del mensaje. Recordamos sobre esta cuestión, que en su polémica contra Habermas, Gadamer había advertido acerca del componente retórico — y por lo tanto afectivo— que no puede faltar en cualquier discurso político, si quiere ser eficaz. Sartori parece atribuir a la imagen un modo diferente y más contundente de persuasión, que en modo alguno justifica. 3) El desplazamiento de las autoridades políticas. Para Sartori el único idóneo para opinar e inducir opinión es el experto, el politólogo. Rechaza el modelo elitista de que sólo al hombre culto le cabe este rol; pero no a favor de la "prudencia" del ciudadano común, como podría ser desde una óptica aristotélica, que daba un lugar protagónico a las llamadas virtudes éticas; sino en una exacerbación del exclusivismo, limitando aún más el ejercicio de esta función, lo que revelaría una concepción técnica del saber. 4) Prevalencia de lo mediático sobre lo real, lo cual lleva a la aparición de pseudo-problemas y al encubrimiento de la realidad. 5) La aldeanización, para Sartori, los límites de la transmisión en directo, hace que las noticias sólo puedan recorrer un radio limitado a esas posibilidades técnicas; que suele ser lo acontecido localmente. Parece al menos llamativo que no tenga en cuenta la interconexión y cobertura de la información por la vía de corresponsales y por el cable-coaxial. 6) La tribalización, invirtiendo el sentido positivo que le daba McLuhan, es una consecuencia más de la televisión —y de la comunicación por *Internet*—, a la cual Sartori, sobredimensionando su poder, ve como la causa de que de pronto aparezcan movimientos sociales interplanetarios, que no tienen que ver ni con la realidad local, ni con la mundial, pero que imperan regidos por sus diferencias, como los «verdes», los *gay*, las feministas, etc.

A continuación, pasa a la evaluación de los otros factores de la práctica electoral, los partidos políticos y los periódicos. En cuanto a los partidos políticos, siguiendo con una línea de análisis esquemática y de escasos matices, concluye que la video-política tiene mayor poder en el caso de los partidos pequeños y de los sistemas presidencialistas, con relación a los grandes partidos y los sistemas parlamentaristas. En estos dos últimos casos, y sin una justificación satisfactoria, Sartori encuentra que la democracia habría sido menos vulnerada por la incidencia televisiva. El predominio de la televisión no sólo ha empeorado la calidad de la prensa escrita, sino que además este medio ha debilitado su influencia en las decisiones de los electores. Estos constituyen señalamientos de hechos que no son en modo alguno fundamentados o al menos ilustrados con ejemplos.

El siguiente tema abordado es la influencia de la video-política en la gestión de gobierno. Define la democracia como el gobierno de la opinión pública, aspecto que ya fue analizado. Si el pueblo es el depositario del poder, ¿cómo ha de ejercerlo? Sartori presenta las dos alternativas: la democracia directa, que denomina «directismo» y la democracia representativa. Por unas cuantas razones se inclina por esta última forma.

Soslaya en su análisis un fenómeno crucial, que es la crisis de la democracia representativa. Los representantes del poder no satisfacen los requerimientos de quienes les han delegado la responsabilidad de gobernar. Esta cuestión queda en la sombra y se pone en primera fila la cada vez más fuerte tendencia al directismo por obra de la video-política. ¿Podría ocurrir que estuviera invirtiendo el orden de la causa y el efecto de estos dos elementos? ¿O tal vez no haya una única causa en juego y se trate de un complejo mucho más matizado de razones?

La democracia directa exige un *demos* fuerte, pero paradójicamente —dice el autor—, la video-política debilita el *demos*, lo vuelve heterónimo, esa debilidad lo hace fácilmente dirigible. Lo más grave es que lo hace manipulable desde una autoridad no idónea, carente de cultura política.

Sartori deduce ciertas derivaciones antropológicas de esta noción de *demos* debilitado; lo que le permite ampliar el espectro tipológico hasta ahora desembozado. La degradación va desde el *regnum hominis* baconiano, aquel hombre dueño de su destino y señor de la naturaleza proyectado por la Modernidad, al “hombre bestia” de Vico. Continúa este llamado de atención, advirtiendo que la racionalidad no es algo dado, sino algo siempre bajo riesgo de perderse. Alude al clima cultural bajo el imperio del *homo videns*, calificándolo de «nietzscheanismo», modo de expresar la aversión a la cultura letrada, aunque sin el aspecto valioso que pudo haber en la obra de Nietzsche en cuando a crítica de la Modernidad. Estas aseveraciones revelan el desconocimiento del autor de las objeciones de que ha sido objeto el proyecto ilustrado, desde el mismo siglo XVIII a esta parte.

Retorna la noción de Vattimo de “pensamiento débil” y equiparando la posmodernidad con lo que denomina pospensamiento —y cerrando el desfile antropológico con el que comenzó—, concluye afirmando la degeneración de la especie humana desde el *homo sapiens* hasta el *homo insipiens*, el representante de la subcultura televisiva. Es decir, culmina su diagnóstico en los mismos términos dicotómicos que ha sostenido durante toda la argumentación: libros o televisión; palabra o imagen; cultura o subcultura.

BIBLIOGRAFÍA:

- Abrevaya, C.: "Un vaso nunca es un vaso", en *Página 12*, s/d, Contratapa.
- Aristóteles: *Ética a Nicómaco*, I 3 1095 a 5, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1985, traducción de María Araujo y Julián Marías.
- Berger, P.-Luckmann, Th.: *La construcción social de la realidad*, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1993.
- Bubner, R.: *La filosofía alemana contemporánea*, Editorial Cátedra, Madrid, 1991.
- Bobbio, N.: *El futuro de la democracia*, Buenos Aires, Planeta-Agostini, 1994.
- Bourdieu, P.: *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, 1990.
- Bourdieu, P.: "Por una internacional de los intelectuales", en *La invención y la herencia*, Cuadernos ARCIS-LOM N° 1 – Univ. ARCIS – Lom Ed., Santiago de Chile, 1995.
- Bourdieu, P.: *Campo del poder y campo intelectual*, Buenos Aires, Folios edic., 1983.
- Cassirer, E.: *Antropología filosófica, un ensayo sobre el hombre*, México, F.C.E., 1974, del original en inglés, traducción de Eugenio Imaz.
- Cassirer, E.: *Filosofía de la Ilustración*, Madrid, F.C. E., 1993.
- Cassirer, E.: *Filosofía de las formas simbólicas*, México, F.C.E., 1992, Vol. II.
- Cassirer, E.: *Individuo y cosmos en la filosofía del Renacimiento*, Buenos Aires, Emecé, 1951.
- Cassirer, E.: *Lenguaje y mito*, México, F.C.E., 1975, traducción de Carlos Gerhard.
- Castoriadis, C.: *La institución imaginaria de la sociedad*, Buenos Aires, Tusquets Editores, 2 volúmenes, 1993, traducción de Antoni Vicens.
- de Maistre, J.: *Consideraciones sobre Francia*, Madrid, Tecnos, 1990, traducción de Joaquín Poch Elío.
- Eco, Umberto: *Apocalípticos e integrados*, Introducción, Barcelona, Editorial Lumen, 1993.
- Eco, U.: *La estrategia de la ilusión*, Editorial Lumen-De la flor, Buenos Aires, 1986.
- Eco, U.: «Le notizie sono troppe: imparate a decimarle, subito», en *Telema*, primavera, 1996.
- Foucault, M.: "Verdad y poder", en *Microfísica del poder*, Madrid, Ediciones de La Piqueta, 1992.
- Foucault, M.: *La verdad y las formas jurídicas*, Editorial Gedisa, México, 1986, traducción de Enrique Lynch.
- Foucault, M.: *Remarks on Marx. Conversations with Duccio Trombadori*, Semiotext(e), New York, 1991.
- Foucault, M.: *Un diálogo sobre el poder*, Alianza Editorial, Madrid, 1988.
- Gadamer, H. G.: *Actualidad de lo bello*, Buenos Aires, Paidós, 1998.
- Gadamer, H.-G.: *Arte y verdad de la palabra*, Barcelona, Paidós, 1998.
- Gadamer, H.-G.: *El problema de la conciencia histórica*, Editorial Tecnos, Madrid, 1993.
- Gadamer, H.-G.: *Verdad y método II*, Ediciones Sígueme, Salamanca, 1994.
- Gadamer, H.-G.: *Verdad y método*, Ediciones Sígueme, Salamanca, 1977.
- García Canclini, N.: "La sociología de la cultura de P. Bourdieu" en Bourdieu, P.: *Sociología y Cultura*, México, Grijalbo, 1990.
- Gassiot-Talbot, G.: "Is confrontation possible?" en *Art and confrontation*, London, Studio Vista, 1970.
- Geertz, C.: *La interpretación de las culturas* (1973), Editorial Gedisa, Barcelona, 1995.

- Gomis, L.: *El medio medio: la función política de la prensa*, Madrid, Seminarios y Ediciones, 1974.
- Gutierrez, A.: "Por una internacional de los intelectuales", en *La invención y la herencia*, Cuadernos ARCIS-LOM N° 1 – Univ. ARCIS – LOM Ed., Santiago de Chile, 1995.
- Habermas, J.: *Conciencia moral y acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 1987.
- Habermas, J.: *Conocimiento e interés*, Madrid, Taurus, 1982.
- Habermas, J.: *El discurso filosófico de la modernidad*, Madrid, Taurus, 1989.
- Habermas, J.: *Escritos sobre moralidad y eticidad*, Barcelona, Paidós, 1991.
- Habermas, J.: *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Ediciones G.Gili, 1997.
- Habermas, J.: *La reconstrucción del materialismo histórico*, Madrid, Taurus, 1981.
- Habermas, J.: *Pensamiento postmetafísico*, Madrid, Taurus, 1990.
- Habermas, J.: *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 1987 y 1990.
- Habermas, J.: *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*, Madrid, Cátedra, 1989.
- Habermas, J.: *Teoría y praxis*, Madrid, Tecnos, 1990.
- Heidegger, M.: *El ser y el tiempo*, México, F.C.E., 1971.
- Henry, M.: *Marx: A Philosophy of Human Reality*, Bloomington, Indiana University Press, 1983.
- Hobsbawm, E.: *Historia del siglo XX*, Barcelona, Crítica, 1992.
- Kant, I.: *La paz perpetua*, México, Porrúa, 1983, traducción de F. Larroyo.
- Koselleck, R.-Gadamer, H-G.: *Historia y hermenéutica*, Barcelona, Paidós I.C.E./U.A.B., 1997.
- Kuhn, Th.: *La estructura de las revoluciones científicas*, México, F.C.E., 1992.
- Laclau, E.-Mouffe, Ch.: *Hegemonía y estrategia socialista*, Madrid, Editorial Siglo XXI, 1987.
- Laclau, E.: *Emancipación y diferencia*, Buenos Aires, Editorial Ariel, 1996.
- Laclau, E.: *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1993.
- Lefort, C.: *Ensayos sobre lo político*, Guadalajara, Editorial Universidad de Guadalajara, 1991.
- Lefort, C.: *La invención democrática*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1990.
- Maceiras Fafian, M.-Trebolle Barrera, J.: *La hermenéutica contemporánea*, Madrid, Ediciones Pedagógicas, 1995.
- Marcuse, H.: *El hombre unidimensional*, Barcelona, Editorial Planeta-Agostini, 1985, traducción de A. Elorza.
- Melossi, D.: *El Estado del control social*, Madrid, Siglo XXI, 1990.
- Merleau-Ponty, M.: *Fenomenología de la percepción*, Barcelona, Planeta-Agostini, 1985.
- Negroponte, N.: *Ser digital*, Buenos Aires, Atlántida 1995.
- Platón: *Fedón*, Buenos Aires, Aguilar, 1961, traducción de Luis Gil Fernández.
- Platón: *Parménides*, Madrid, Gredos, 1992, traducción de María Isabel Santa Cruz.
- Platón: *Banquete*, México, Porrúa, 1991, traducción de Francisco Larroyo.
- Poster, M.: *Foucault, marxismo e historia. Modo de producción versus modo de información*, Buenos Aires, Editorial Paidós, 1987, traducción de Ramón Alcalde.
- Ricoeur, P.: *El conflicto de las interpretaciones*, Buenos Aires, Editorial Megápolis, 1975 (3 tomos).
- Ricoeur, P.: *El discurso de la acción*, Madrid, Editorial Cátedra, 1988.

- Ricoeur, P.: *Hermenéutica y acción. De la hermenéutica del texto a la hermenéutica de la acción*, Buenos Aires, Editorial Docencia, 1988.
- Ricoeur, P.: *Ideología y utopía*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1992.
- Ricoeur, P.: *La metáfora viva*, Buenos Aires, Ediciones Megápolis, 1977.
- Rorty, R.: *La filosofía y el espejo de la naturaleza*, Madrid, Editorial Cátedra, 1989.
- Rorty, R.: *Contingencia, ironía y solidaridad*, Barcelona, Editorial Paidós, 1991.
- Sartori, G.: *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 1998.
- Sartori, G.: *La política: lógica y método en las ciencias sociales*, traducción de Marcos Lara, México, Fondo de Cultura Económica, 1984.
- Sartori, G.: *Teoría de la democracia. I El debate contemporáneo, II Los problemas clásicos*, dos tomos, Madrid, Alianza, 1988.
- Tenti Fanfani, E.: "La educación como violencia simbólica: P. Bourdieu y J. C. Passeron", en *Sociología de la educación*, Torres, C. A. Y González Rivera, G. (coords), Buenos Aires, Miño y Dávila Ed., 1994.
- Terceiro, J.B.: *Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis*, Madrid, Alianza Editorial, 1996.
- Vattimo, G. (comp.): *La secularización de la filosofía. Hermenéutica y posmodernidad*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1992.
- Vattimo, G.: *El fin de la modernidad*, Barcelona, Editorial Planeta-De Agostini, 1994.
- Vattimo, G.: *La sociedad transparente*, Barcelona-Buenos Aires-México, Ediciones Paidós-I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona, 1990.
- Vernant, J.-P.: *Los orígenes del pensamiento griego*, Barcelona, Paidós, 1998.
- Verón, E.: *Semiosis de lo Ideológico y del Poder. La mediatización.*, Buenos Aires, U.B.A.-C.B.C., 1995.
- VV. AA.: *Cuadernos de Investigación de la Sociedad Filosófica Buenos Aires*, N°1, Ediciones Al Margen, La Plata-Buenos Aires, abril de 1996.
- VV. AA.: *Cuadernos de Investigación de la Sociedad Filosófica Buenos Aires*, N°2, La Plata-Buenos Aires, septiembre de 1996.
- VV. AA.: *Cuadernos de Investigación de la Sociedad Filosófica Buenos Aires*, N°3, La Plata-Buenos Aires, agosto de 1997.

INDICE

INTRODUCCIÓN... 3

CAPÍTULO 1: DISCUSIÓN DE LAS FUENTES TEÓRICAS DE *HOMO VIDENS*

La relación de *Homo Videns* con otras obras del autor... 7

- 1.1. Concepción del lenguaje y su relación con el pensamiento... 7
- 1.2. Los medios de comunicación de masas... 9
2. La relación entre las tesis de Giovanni Sartori y Ernst Cassirer... 11
3. La relación entre las tesis de Giovanni Sartori y Karl Popper... 15
4. La relación entre el pensamiento de Giovanni Sartori y el de Marshall McLuhan... 23
5. Incidencias culturales y políticas de la televisión según Pierre Bourdieu: Violencia simbólica y movilización... 28
 - 5.1. Introducción... 28
 - 5.2. Aspectos problemáticos del análisis de Sartori en *Homo videns*... 29
 - 5.3. Aspectos ausentes en el análisis de Sartori: ideología y mercado... 30
 - 5.4. El primado de la imagen. Problemas de la oposición entre imagen y lenguaje. Del discurso articulado al discurso fragmentado... 31
 - 5.5. Una crítica de la imagen pura como análisis de sus condiciones discursivas de producción... 33
 - 5.6. Televisión y violencia simbólica... 34
 - 5.7. Televisión y ocultamiento... 35
 - 5.8. Televisión y lucha política... 36
 - 5.9. Mecanismos impersonales: la competencia por las cuotas de mercado... 36
 - 5.10. Televisión y desmovilización política... 37
 - 5.11. El moralismo televisivo... 38
 - 5.12. La demagogia de lo espontáneo... 39
 - 5.13. Índices de audiencia y despolitización... 40
 - 5.14. La heteronomía del campo periodístico... 40
 - 5.15. La heteronomización de los campos de producción cultural... 41
6. Relación entre el pensamiento de Giovanni Sartori y Nicholas Negroponte... 42
7. Los fundamentos teóricos en Platón y Kant... 47

CAPÍTULO 2: EXPLICITACIÓN DE LOS SUPUESTOS DE LA CONCEPCIÓN SARTORIANA DEL HOMO VIDENS EN SUS DIMENSIONES ANTROPOLÓGICA, EPISTEMOLÓGICA, ÉTICA Y POLÍTICA... 50

1. Consideración de los supuestos antropológicos de *Homo Videns*... 50
 - 1.1. Supuestos antropológicos. El concepto de hombre... 51
 - 1.2. El concepto de cultura... 58
 - 1.3. La tesis de fondo de Sartori: cultura de la imagen; involución antropológica y heteronomía política... 61
2. Consideración de los supuestos epistemológicos de *Homo Videns*... 63
 - 2.1. El ámbito del conocimiento y la verdad... 63
 - 2.1.1. La imagen y el concepto... 64
 - 2.1.2. Concreto y abstracto: el estatuto epistemológico del lenguaje... 68
 - 2.1.3. Verdadero y falso; real e irreal: imágenes y realidad... 71
 - 2.2. Adquisición y construcción individual del conocimiento... 75
 - 2.2.1. El homo videns como sujeto de conocimiento: el estatuto epistemológico de la percepción... 76

<i>Excursus</i> : Imagen y procesos cognitivos...	80
2.3. Adquisición y construcción social del conocimiento...	84
2.3.1. Información, verdad y comunicación social...	84
2.3.2. Opinión pública, ideología y comunicación social...	86
2.4. Comentarios finales...	90
3. Consideración de los supuestos ético-políticos en <i>Homo videns</i> ...	92
3.1. Introducción...	92
3.2. Información...	95
3.3. Procesos electorales...	97
3.4. Cuestiones formales del gobierno...	98

CAPÍTULO 3: DISCUSIÓN DE LOS CONTENIDOS

PRIMERA PARTE

1. La primacía de la imagen	100
-----------------------------	-----

Excursus:

a. Sobre el ser contenido en la imagen	101
b. Sobre palabra e imagen	102
c. Sobre el círculo hermenéutico	103
2. Primacía de la palabra escrita	103
3. El problema del lenguaje	106
4. ¿Progreso o regreso?	107
5. Confusiones múltiples	108
6. Corolarios	110
7. Las hipótesis principales	112

SEGUNDA PARTE

Televisión y opinión pública: crítica a la «teledirección» como manipulación mediática

Introducción 119

1. El problema de la opinión pública

1.1. La opinión 120

1.2. Opinión pública y democracia 122

1.3. Las múltiples caras de la heteronomía 124

2. La información y el medio: ¿un problema de imagen? 128

2.1. Comunicación, imagen y autonomía

2.1.1. Estar informado no es conocer 128

Excursus sobre las teorías de la percepción en psicología 129

2.1.2. La mala información 131

a. Una dudosa pretensión de objetividad 131

b.1. No sólo la televisión privilegia la noticia sobre el hecho 134

b.2. No sólo la televisión transmite noticias 136

3. Información y comunicación: nuevamente la intersubjetividad 137

3.1. El concepto de público 137

3.2. El público y el mundo 138

4. Algunas conclusiones parciales. 143

TERCERA PARTE

La influencia de la video-política en los procesos electorales 145

2. La influencia de la video-política en la acción de gobierno 150

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES

1. Primera parte: Cotejo de fuentes

1.1. Confrontación de <i>Homo videns</i> con otra obra anterior de Sartori...	155
1.2. Sartori y Cassirer...	156
1.3. Sartori y Popper...	156
1.4. Sartori y McLuhan...	157
1.5. Sartori y Bourdieu...	157
1.6. Sartori y Negroponte...	159
1.7. Los fundamentos teóricos en Platón...	159
2. Conclusiones derivadas de la crítica de los supuestos que sirven de marco teórico de <i>Homo Videns</i>	
2.1: Conclusiones acerca de los supuestos antropológicos...	160
2.2.1. El concepto de hombre...	160
2.1.2. El concepto de cultura...	162
2.2. Conclusiones acerca de los supuestos epistemológicos...	163
2.2.1. El conocimiento y la verdad...	163
2.2.2. Adquisición y construcción individual del conocimiento...	165
2.2.3. Adquisición y construcción social del conocimiento...	166
3. Tercera parte: Conclusiones derivadas de la discusión de las tesis desarrolladas en la investigación de <i>Homo videns</i> ...	170
3.1. Televisión, imagen y pensamiento...	170
3.1.1. La primacía de la imagen...	170
3.1.2. Primacía de la palabra escrita...	171
3.1.3. El problema del lenguaje...	171
3.1.4. Televisión y progreso...	172
3.1.5. Ver y pensar...	172
3.1.6. El medio y sus efectos...	173
3.1.7. La información ...	174
3.2. Televisión y opinión pública: crítica a la «teledirección» como manipulación mediática...	174
3.2.1. La opinión pública...	174
3.2.2. La información y el medio...	175
3.2.3. Información y comunicación...	176
3.3. Televisión y democracia: la videopolítica...	177
Bibliografía...	180
Índice...	183