

**HOMO VIDENS:
LA SOCIEDAD TELEDIRIGIDA
Giovanni Sartori**

Nº de páginas: 208
Editorial: DEBOLSILLO (PUNTO DE LECTURA)
Idioma: CASTELLANO
ISBN: 9788466342513
Año de esta edición: 2020

Reseña: Carmen Echazarreta Soler



**HOMO VIDENS. LA SOCIEDAD TELEDIRIGIDA
RESEÑA Carmen Echazarreta Soler**

El 5 de abril de 2017 moría a los 92 años Giovanni Sartori en Florencia, su ciudad natal. Un día después el diario *El País* publicaba una anécdota suya del que decía “era capaz de desplegar en cada respuesta un abrumador repertorio de argumentos e ironía que podían sonar a arrogancia intelectual”. Un ejemplo, “Ciertos personajes son pigmeos. Es inevitable mirarlos desde arriba”. Se refería principalmente a algunos exponentes de la clase política italiana, de quienes fue el gran azote este pensador, lúcido y brillante. Así era el autor de *Homo videns, La Sociedad teledirigida*, cuya primera edición se publicó en 1998. Se diría que este ensayo ya no tiene vigencia, o en términos actuales referidas a un producto cultural, no ha soportado el paso del tiempo. Pero no es así, las líneas siguientes demostrarán que las tesis que defiende siguen postulando soluciones y cambios en el paradigma educativo.

El principio expuesto en la primera edición de *Homo videns* acerca de que la televisión modifica y empobrece la capacidad cognoscitiva del hombre no era novedosa, seguramente por eso Sartori se propuso ir más allá en la segunda edición, buscando una respuesta a la pregunta: “¿es verdadero o falso que el hombre video-formado se haya convertido en

alguien incapaz de comprender abstracciones, de entender conceptos?” Para contestarla centra su discurso en la discusión de la preponderancia de lo visible sobre lo inteligible, de la percepción de la imagen frente al proceso cognitivo implícito en la lectura y escritura. Y le interesó sobremanera, examinar el poder de la televisión en el ámbito político.

Del homo videns como el ser humano que prioriza lo visual en la manera de aprehender la realidad, al vaticinio de lo que considera inevitable: la era de Internet.

El libro se estructura en tres partes. En la primera parte, titulada “La primacía de la imagen”, Sartori recuerda que Linneo clasificó a la especie humana como *homo sapiens* pues se diferencia del resto de sus congéneres mamíferos por su capacidad simbólica que se despliega en el “lenguaje-palabra”, y no es sólo un instrumento de comunicación sino también del pensamiento. Para no dar nada por sentado, recuerda el principio del cambio social y cultural. La aparición de la imprenta provocó el desplazamiento de la comunicación oral a la escritura y potencialmente accesible gracias a Gutenberg, produciéndose así un salto substancial que nos conduciría al siglo XX. Con la llegada de los avances tecnológicos como el telégrafo y el teléfono desaparecería la distancia y empezaría la era de las comunicaciones mediadas.

La invención de televisión ha transformado la prevalencia del hecho de ver y ver a distancia sobre el hecho de hablar; con la computadora y la realidad virtual, a la que el autor se refiere más como simulaciones que amplían las posibilidades de lo real, sin ser realidades, se consigue reforzar la presencia de los medios audiovisuales.

De esta manera, llega a lo que considero su primera hipótesis: la televisión no es sólo un instrumento de comunicación, sino es un instrumento que genera un nuevo tipo de ser humano. Siguiendo con la necesidad de formularse preguntas, se interroga hasta qué punto la televisión representa un progreso respecto a otros medios. Y es aquí donde enuncia su famosa máxima: “la televisión entretiene, divierte y “estimula”, lo que conlleva el empobrecimiento de la capacidad de entender. De esto concluye que en el *homo videns* el lenguaje abstracto se sustituye por el lenguaje perceptivo (concreto), más escaso en número de palabras y pobre en cuanto al significado. Aliándose con la visión apocalíptica de Umberto Eco, declara que “el conocimiento mediante imágenes no es un saber en el sentido cognoscitivo del término, sino que se trata sólo de percepciones sujetas a los sentidos del hombre.” Para concluir la primera parte Sartori cuestiona lo siguiente: ¿está o no superada la televisión por Internet? A lo que contesta que, por lo menos en términos cuantitativos, desde 1992 la televisión cubre prácticamente el cien por ciento de los hogares del mundo y que “ver pasivamente” es más fácil y cómodo que “ver activamente”.

Por lo que respecta a Internet, su posición sigue siendo apocalíptica ya que afirma que sus posibilidades son infinitas, produce saturación, hace que la vida transcurra en mundos imaginarios; serán positivas para los individuos que sepan utilizarla ya sea adquiriendo información y conocimiento, pero para las personas que quieran matar el tiempo libre, Internet es un espléndido modo de perder el tiempo, invirtiéndolo en futilidades.

Al inicio de la segunda parte, “La opinión teledirigida”, Sartori, examina el poder político de

la televisión, la conversión del *video-niño* en un adulto sordo a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita; la formación de la opinión pública, y la cantidad y calidad de saber qué pasa y no pasa a través de los canales de comunicación de masas. Y sigue formulándose preguntas del tipo ¿cómo nace y cómo se forma la opinión pública? Aunque no se pregunta qué es la opinión pública, sí señala que actualmente es un “dato” que se da por supuesto, al hacerlo aparecer como una idea innata, cuando en realidad no es saber, si no una opinión para la cual no sirven las comprobaciones. De esta reflexión se desprende que a una democracia representativa para existir y funcionar le basta con que el público tenga opiniones acerca de lo que se le pregunta, “la televisión refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo”. Más adelante señala que la mayoría de las opiniones son débiles (no son ni siquiera creencias), volátiles (cambian rápidamente), inventadas (no se puede quedar mal ante los demás) y de efecto reflejante (retornan lo que sostienen los medios de información).

A esto hay que agregar los problemas de la manipulación de los sondeos y la excesiva dependencia de los gobiernos a los mismos los lleva a tomar decisiones equivocadas sustentadas —la mayoría de las veces— por opiniones sin valor. Para evitar caer bajo un gobierno de los sondeos, los centros de investigación de las instituciones universitarias tenemos el deber de desenmascarar los engaños. Posteriormente, explica por qué la información no es un conocimiento o un saber en el significado heurístico del término; que la información por sí misma no nos permite entender y que muchas veces está desprovista de valor o relevancia. Estos problemas con la información se acrecientan en la televisión porque llega a una audiencia más amplia y más aún, ya que si no puede mostrarse en imágenes, ni siquiera existe. A quienes justifican la existencia de programas degradantes diciendo que la audiencia los prefiere, Sartori los critica diciendo: “si el hombre no sabe nada del mundo, es evidente que no se interesará por él”. Actualmente, en la televisión se difunden, destacan y exageran trivialidades; cómo podemos dejar de interesarnos por ellas sin sentir que “se es ignorante”. Si con la misma intensidad se difundieran otro tipo de programas, seguramente las personas se interesarían por ellos. Asimismo cuestiona las falsas estadísticas, no por el dato mismo, sino por la interpretación que se les da; las entrevistas casuales con las que se aparenta que cualquier persona puede opinar; y la repetición de acontecimientos en que domina el ataque y la agresividad. Todo esto para la televisión es un espectáculo, por lo que los problemas se deforman y se informa mal acerca de la realidad. Esta segunda parte finaliza con algunos ejemplos de cómo también la imagen miente sobre todo si se saca de contexto y se le agrega una voz con lo que el informante quiere difundir, esto puede hacer que el televidente tenga sólo percepciones deformadas y vaya perdiendo la capacidad de abstracción y, con ella, la posibilidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso.

“Democracia” es el título de la tercera parte, en ésta se examinan los efectos de la “video-formación” en la cuestión electoral y en el modo de gobernar. Aquí Sartori se refiere a la televisión como un medio que favorece una política dirigida y reducida a episodios que exaltan las emociones, conmueven y encienden sentimientos; un recurso para enjuiciar a quienes discuten y razonan problemas. En suma, señala que con la televisión se busca que el auditorio se apasione, de esta forma la cultura de la imagen rompe el equilibrio entre pasión y racionalidad, lo que lleva al homo sapiens a un retroceso. El último aspecto de la vídeo-política que analiza el autor, permite comprobar que las prácticas televisivas

continúan igual. Puntualiza que la televisión favorece —voluntaria o involuntariamente— la emotivización de la política, es decir, una política dirigida y reducida a episodios emocionales, contando una infinidad de historias lacrimógenas y sucesos conmovedores. O lo hace también a la inversa, decapitando o marginando cada vez más las “cabezas que hablan”, las *talking heads* que razonan y discuten problemas. Concluye que “la cuestión es que, en general, la cultura de la imagen creada por la primacía de lo visible es portadora de mensajes “candentes” que agitan nuestras emociones, encienden nuestros sentimientos”.

Destaca que la televisión se denomina pública porque implica la cosa pública (intereses generales, el bien común, los problemas colectivos) no obstante la realidad nos muestra que responde a intereses partidistas o privados. En este sentido, la televisión promueve, algunas veces, una mente “empequeñecida” (de aldea), en otras una mente “engrandecida” (global), siempre procurando que no entren en conflicto porque entonces prevalece la primera por encima de la mirada global y desapasionada. Este tipo de televisión, según Sartori, llevan al debilitamiento de la democracia en todos los ámbitos, es decir, a arrebatarse el poder del pueblo, pues los medios de comunicación están gobernados directamente o indirectamente por la élite tecnócrata convertida en totalitaria, que incluso no rivaliza entre empresas, basta con ver cómo la mayor parte de las noticias se repiten en todas las cadenas.

En el final de su ensayo, Sartori, homenajea a McLuhan (1964, 1968), celebrando su expresión “aldea global” y recuerda que el autor acuñó acertadamente y nos hizo comprender el significado de la era televisiva.

Sartori, en su forma quirúrgica de analizar, manifiesta que el término es acertado, aunque ambiguo, y tal vez debe su éxito precisamente a su ambigüedad.

La televisión tiene potencialidades globales en el sentido que anula las distancias visuales: nos hace ver, en tiempo real, acontecimientos de cualquier parte del mundo, ¿pero qué acontecimientos? Según el autor, McLuhan consideraba que la televisión intensificaría al máximo las responsabilidades del género humano, en el sentido de responsabilizamos de todo y en todo.

A manera de colofón, añadir que Giovanni Sartori disecciona el proceso vital del estado infantil a la edad adulta en cuatro factores determinantes: los padres, los grupos de referencia, la escuela y los medios, de los cuales, al último —en ausencia de los otros— le ha tocado la tarea de educar. Los resultados son claros: el niño se forma como videodependiente y con el tiempo en un mal ciudadano, que perjudica a la sociedad democrática porque no tiene la capacidad cognoscitiva de ejercer el poder, dañando el bien colectivo, De ahí su interés por analizar la televisión e Internet, a los que les reconoce su poder para lograr que una imagen valga más que mil palabras, pero señala: “también es verdad que un millón de imágenes no dan un solo concepto”, y justamente esto provoca la ausencia cada vez mayor de la capacidad simbólica. El objetivo del autor se cumple parcialmente porque si bien no se puede concluir que existe un hombre *video-formado* incapaz de comprender abstracciones y entender conceptos, sí provoca en el lector la inquietud de probarse a sí mismo que tiene la capacidad de retomar la palabra escrita para recrearse, es decir, para volver a

crearse como un ser que reflexiona, razona, en fin, que piensa. Una de las características más importantes de este libro es la capacidad que de Sartori de construir argumentos que va hilvanando con claridad para no apartarse de la objetividad a la que manifiesta sentirse obligado. *Homo videns. La sociedad teledirigida* es un libro que no satura al lector de información porque contiene preguntas para la reflexión, el pensamiento crítico, la comprensión de las ideas y, en general, contribuye a la formación del *homo sapiens*. El *homo sapiens*, es y debe ser también, *homo videns* y *homo ludens*, por supuesto; pero debe evitar que las nuevas tecnologías audiovisuales (televisión, teléfono móvil, Internet, videojuegos...) ocupen todo su tiempo libre, que harán imposible dedicar unas horas cada día a otras actividades culturales: lectura, música..., y a las necesarias relaciones sociales y familiares. Para que esto sea posible, hay que empezar por la educación desde la escuela, formando a los escolares de todas las edades, en la adecuada utilización —con espíritu crítico— de las nuevas tecnologías; y aplicando al mismo tiempo, todos los medios necesarios para elevar el nivel cultural de la población que nos haga merecedores del calificativo de *Homo sapiens*. Indudablemente, este libro puede ayudar a que los padres sean más conscientes de lo que podría suceder con sus hijos si éstos continúan muchas horas frente al televisor; que los maestros abandonen la “video-pedagogía” y promuevan la discusión de las ideas a través de la comunicación oral; que las autoridades académicas reflexionen acerca de la necesidad de un pensamiento plural; y, finalmente, que los medios entiendan el daño que causan a la sociedad que dicen servir.