

DEL «HOMBRE SIMBÓLICO» AL «HOMO VIDENS»: ¿UNA MUTACIÓN ANTROPOLÓGICA?*

Sergio Sevilla

sergio.sevilla@uv.es

RESUMEN

El artículo discute la inmediatez de la vinculación establecida por G. Sartori entre el lenguaje televisivo y el empobrecimiento cognitivo del hombre actual. A través de una exposición crítica de las tesis de Sartori, se localiza el lugar adecuado del análisis del fenómeno televisivo y la preeminencia de lo visual —cuestionando los límites del enfoque epistemológico y antropológico de Sartori— en el ámbito de la complejidad de las prácticas sociales de las sociedades contemporáneas.

ABSTRACT

«From the «symbolic man» to the «homo videns»: An anthropological mutation?» The paper discusses the immediacy of the link, established by G. Sartori, between the television language and the cognitive impoverishment of current man. Through a critical reconstruction of Sartori's theses, we try to adequately locate the television phenomenon and the pre-eminence of the visual —putting into question the limits of the anthropological and epistemological approach of Sartori— in the complex field of the social practices in contemporary societies.

La obra de Sartori constituye, como muchos ensayos que alcanzan amplia difusión, un diagnóstico discutible y un síntoma cierto. El amplio nivel de difusión alcanzado es sintomático de que ha conseguido señalar un malestar compartido acerca de una experiencia —el retroceso de la importancia social de la cultura escrita— que puede dar pie a tematizaciones teóricas diferentes y hasta contrapuestas entre sí. La cultura escrita no desaparece, pero cede el lugar central en la formación de la conciencia, individual y colectiva, a la cultura audiovisual, como en tiempos de Platón la cultura oral cedió su lugar a la cultura escrita, que configuró la tradición y la formación occidental tal como la conocemos. Un cambio del soporte material de la transmisión es también un cambio sustancial de lo transmitido, de sus posibilidades creativas de auto-configuración, y de los modos de apropiación de la experiencia por los sujetos. Si la expresión «cambio de civilización» tiene sentido, lo adquiere justamente en momentos históricos como éstos. Sin embargo, nada es más incierto teóricamente que el diagnóstico de una crisis; si es cierto que un cam-





bio en los modos de almacenar y comunicar lo que sabemos implica cambios en los modos de subjetivación, y en los vínculos sociales, también lo es la falta de transparencia de esa condición de posibilidad de la experiencia para los sujetos directamente afectados.

Como en todo diagnóstico pesimista que afecta a la naturaleza de un cambio social irreversible, Sartori no consigue evitar que su libro pueda entenderse como una variante más del género que inauguró *La decadencia de Occidente*, ante el que no pocos lectores se mueven entre la angustia y el fatalismo; Sartori, consciente de ese riesgo, se previene: «La mía quiere ser una profecía que se autodestruye, lo suficientemente pesimista como para asustar e inducir a cautela»¹; pero esa ambigüedad que produce en el lector, por un lado, el anuncio de que «hacia finales del siglo XX, el *homo sapiens* ha entrado en crisis, una crisis de pérdida de conocimiento y de capacidad de saber» y, por otro, la voluntad de que el libro actúe como ayuda para conjurar el peligro, permite a Sartori dar a su escrito el tono épico de una cruzada contra un mal que, a pesar de las apariencias, resulta a la vez evidente y difuso.

El hecho de señalar la televisión como dispositivo, como causa de esa crisis, atribuye al diagnóstico una apariencia de explicación contundente; espero hacer ver, sin embargo, que tal concreción es falsa y que la propia presencia masiva de la televisión en la forma de vida de las sociedades actuales, se entiende mejor como síntoma de un cambio que requiere explicación, que como causa de una mutación antropológica. El malentendido se produce, dicho brevemente, por la conexión inmediata que Sartori establece entre el lenguaje televisivo y la degeneración cognitiva del hombre actual; frente a ello, iré sugiriendo que lo más adecuado sería ver el fenómeno televisivo como una más de las mediaciones que pertenecen a un proceso más complejo de las sociedades contemporáneas. Expondré mis objeciones y matices al hilo de la exposición de las que me parecen ser ideas centrales en el texto de Sartori.

Tiene algo de terrible la afirmación «el acto de telever está cambiando la naturaleza del hombre», y su concreción en la afirmación, que él mismo presenta como «tesis de fondo», según la cual «el vídeo está transformando al *homo sapiens*, producto de la cultura escrita, en un *homo videns* para el cual la palabra está destrozada por la imagen»²; lo terrible en ella es la conexión directa entre una práctica social generalizada, en la que todos podemos sentirnos implicados, y el efecto que se le atribuye de empobrecer «el aparato cognoscitivo del *homo sapiens*»; el lector se siente acusado en el proceso, aunque también se sienta cómplice del autor por el simple hecho de estar leyéndolo. Tal vez esa primera ambigüedad ayuda a que no siempre sean visibles otras, situadas más cerca del nudo argumental.

* El presente texto proviene de la contribución presentada en el encuentro sobre la obra de G. SARTORI, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, convocado por el Departamento de Teoría de los Lenguajes de la Universidad de Valencia en octubre de 1999.

¹ G. SARTORI, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid 1998, p. 17.

² G. SARTORI, *op. cit.*, p. 11.

Como las frases citadas hacen suponer, éste se sitúa en la tensión que se establece entre una práctica social universal —telever— y una caracterización determinada de lo que hemos de entender por «naturaleza humana».

Sartori apela a Cassirer para caracterizar esa «naturaleza»: «Lo que hace único al *homo sapiens* es su capacidad simbólica»³, para operar inmediatamente una reducción de lo simbólico a lo conceptual. En el propio texto de Cassirer que se cita, claramente éste entiende su definición del hombre como «animal simbólico» en el sentido de una ampliación de la definición clásica aristotélica del hombre como «animal racional»; y así Cassirer observa que, con su caracterización, «la definición del hombre como *animal racional* no ha perdido nada de su valor [...] pero es fácil 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»⁴. Al comentar este texto que él mismo ha elegido, Sartori procede a restringir drásticamente las virtualidades de los símbolos entendiéndolos como «una articulación de sonidos y signos ‘significativos’, provistos de significado»⁵. Cassirer ha afirmado la racionalidad humana como una parte de la capacidad simbólica considerada como un conjunto plural considerablemente más amplio. En estos términos no se puede negar que los «telemédios» ejercen nuevas formas de lingüística simbólica, en forma de lenguajes que les son propios; incluso un crítico tan riguroso de los usos televisivos como fue Th. W. Adorno afirmaba ya en 1963: «El medio técnico de la televisión es nuevo. Hasta el momento los contenidos y métodos, y cuanto ello comporta, son, aún, más o menos tradicionales. Desde el punto de vista del medio de comunicación de masas, la tarea a desarrollar sería la siguiente: encontrar contenidos, realizar emisiones que sean adecuadas, por su propia materia a este medio, en lugar de buscarlos fuera en algún otro sitio»⁶. Al adoptar esta actitud Adorno reconoce, antes de proceder a consideraciones críticas, lo que Sartori niega: la existencia de un lenguaje específico televisivo, que potencialmente es capaz de ampliar nuestro «tejido simbólico», integrándose en él. El lenguaje televisivo no rompe con la capacidad simbólica que caracteriza al hombre: la desarrolla en otro medio, lo que no constituye, *por sí mismo*, un empobrecimiento, sino una ampliación. Cuando el medio televisivo toma sus contenidos de otro lugar —y aquí hemos ya de pensar en la literatura, en sentido amplio, y en la prensa escrita— el carácter específico de su lenguaje crea otros dos tipos de problemas que Sartori plantea de un modo demasiado genérico. El primer problema, de carácter social y no antropológico, es el que surge cuando el segmento de tejido simbólico que los «telemédios» representan se convierte en el único lenguaje que entiende la generalidad de la sociedad, a

³ G. SARTORI, *op. cit.*, p. 23.

⁴ El texto de Cassirer aparece citado por SARTORI, *op. cit.*, p. 23.

⁵ G. SARTORI, *op. cit.*, p. 24.

⁶ Th. W. ADORNO, «Televisión y formación cultural», recopilado y traducido en *Educación para la emancipación*, Morata, Madrid 1998, p. 63.





expensas del lenguaje de la reflexión. El segundo problema o grupo de problemas surge, en este supuesto, con aquellos contenidos de las otras formas simbólicas, que son intraducibles al lenguaje visual. Si llegamos a suponer una sociedad que *sólo* entiende el lenguaje de la imagen, o que *sólo* entiende el lenguaje de los sentimientos, o el lenguaje musical, es obvio que partes esenciales de nuestra cultura viva y de la historia cultural que configura nuestro mundo —como la filosofía, por poner un ejemplo— se convertirían en inaccesibles e inutilizables para esa sociedad hasta un punto grotesco o suicida, porque ese mundo no podría sencillamente funcionar. El argumento de Sartori da esta hipótesis por hecha sobre una combinación prematura de hechos sociales con una lectura estrecha de su caracterización del *homo sapiens*.

Los hechos, bien conocidos, se refieren al crecimiento del tiempo y los espacios en que se usa la televisión en las sociedades electrificadas; pero estos hechos no se contrastan con el acceso de un número creciente de personas a la universidad, a los libros, a la ciencia, etc.; de modo que se diría que la gran masa social fue lectora, al menos desde la Ilustración hasta la aparición de la televisión, cuando bastaría comparar la tirada de libros de éxito en el siglo XVIII con las actuales para desmentir tal impresión. Pero lo que a mi juicio falla es el núcleo del argumento de Sartori, más que la descripción de fenómenos que todos podemos deplorar. Ese núcleo es la equivalencia que establece entre la «capacidad simbólica y la asociación significante-significado»; recordemos su fórmula: «La capacidad simbólica de los seres humanos se despliega en el lenguaje, en la capacidad de comunicar mediante una articulación de sonidos y signos ‘significantes’, provistos de significado»⁷. Una definición restrictiva de lo que es el lenguaje permite que se deslicen varios equívocos conceptuales que conviene matizar.

En su texto, Cassirer establece varios ejemplos de formas culturales que actúan como «hilos que componen el tejido simbólico»; de ellos, uno es la lengua en sentido estricto, los otros son el mito, el arte y la religión. Todos pueden entenderse metafóricamente como «lenguajes», o formas peculiares de la lingüística humana, pero la metáfora no puede llevarnos a dar por descontado que todos los sistemas simbólicos funcionan por asociación de significante y significado.

En el caso de los «mitos», en los que sobrevive en la cultura escrita las formas de una cultura oral, más antigua, la forma lingüística de su expresión parece protegerlos de los peligros que Sartori atribuye a la imagen; de hecho, sin embargo, su forma alegórica hace de ellos un modo de asociar un significado polisémico a una imagen sugerente, y no un término conceptual a un significado unívoco. Si pensamos en el enorme impacto teórico que han tenido, en toda la historia de nuestra cultura, algunos mitos transmitidos por Platón, salta a la vista, en primer lugar, su potencia para producir un número indefinido de teorías que se presentan a sí mismas como «el verdadero significado» de ese significante que es el mito; inmediatamente ello pone de relieve que la imagen de los prisioneros en la caverna suscita la posibilidad de muchas ‘traducciones’ conceptuales y, en ese sentido, podemos decir

⁷ G. SARTORI, *op. cit.*, p. 24.

que, al menos en este caso, un pensar por imágenes es un auténtico pensar y su efecto en la historia del pensamiento resulta inagotable. Los mitos dan mucho que pensar y, sin embargo, lo que cuentan es estrictamente irreductible a un concepto determinado. No pretendo sacar de ello conclusiones para el caso del «telever» que le atribuyan la capacidad de producir efectos equivalentes; pero sí creo que es imposible ser tan tajante como Sartori y establecer una correlación inversa entre la visión de imágenes y la capacidad reflexiva. Sartori tendría razón si contraargumentara que, a pesar de lo que ha dicho, el mito de la caverna está lingüísticamente expresado por escrito en la obra de Platón; pero el centro de lo que está en cuestión es otro, a saber, su reiterada afirmación de la imposibilidad de pasar del saber de imágenes al saber reflexivo.

Sartori convierte la parte central de su crítica a la televisión en una tesis que pertenece a un ámbito intermedio entre la epistemología genética y la filosofía del lenguaje. Es ese estatuto del problema el que quisiera discutir, eludiendo en la medida de lo posible los tecnicismos. De hecho, su argumentación se remonta al problema clásico de la relación entre el conocimiento de los universales y el conocimiento sensible de lo particular; no lo seguiré por ese camino, pero sí he de indicar que, más allá de cierta tosquedad en su formulación epistemológica, me parece preocupante el hecho mismo de querer criticar los efectos de la televisión usando como argumento principal una cierta teoría del conocimiento. Comencemos por evocarla: « El homo sapiens... debe todo su saber y todo el alcance de su entendimiento a su capacidad de abstracción. Sabemos que las palabras que articulan el lenguaje humano son símbolos que evocan también 'representaciones' y, por tanto, llevan a la mente figuras, imágenes de cosas visibles y que hemos visto. Pero esto sucede sólo en los nombres propios y con las palabras concretas... De otro modo, casi todo nuestro vocabulario cognoscitivo y teórico consiste en palabras abstractas que no tienen ningún correlato en cosas visibles, y cuyo significado no se puede trasladar ni traducir en imágenes»⁸.

Como teoría del conocimiento, para que sirva a los propósitos de Sartori, habría de justificar la discontinuidad que postula entre el lenguaje «representativo» de lo particular y el lenguaje de las abstracciones, dejando de lado las dificultades reales para determinar conceptualmente cada uno de los términos de esa oposición, y su borrosa adhesión a una teoría mentalista de la «representación». La dimensión de tesis empírica sobre psicología de la formación de conceptos exigiría, por su parte, un cierto contraste experimental en vez de una apelación directa a una experiencia difusa, que podemos compartir, de que el uso social del lenguaje se está empobreciendo. Pero, en cualquier caso, es difícil saber qué ganamos dando un status epistemológico a un fenómeno social. Poco después del texto citado, e invocando un kantismo a mi juicio inadecuado, Sartori se apoya en la psicología de la Gestalt para negar todo papel cognitivo a la imagen, al afirmar que «nuestras percepciones no son nunca reflejos o calcos inmediatos de lo que observamos, sino

⁸ G. SARTORI, *op. cit.*, p. 45.





reconstrucciones mentales ‘enmascaradas’ de lo observado»⁹; lo cual puede ser una teoría aceptable de la percepción, pero desde luego no excluye a la percepción de lo televisivo; no puede pretenderse que sólo en el campo del «telever» se dan intuiciones sensibles puras, desprovistas de conceptos. Inconsecuencias como ésta muestran a mi juicio que la tesis del empobrecimiento conceptual y terminológico, que puede estar asociado al consumo masivo de televisión, no gana en rigor ni en operatividad si se plantea como tesis epistemológica: los efectos cognoscitivos de la televisión pueden esclarecerse mejor en el contexto de un análisis de las prácticas sociales de los «modos de ver» y de los modos de informarse. Si alguien que ve una noticia, configurada de acuerdo con lo que puede mostrarse en imágenes, se siente suficientemente informado, y no reflexiona ni busca comentarios interpretativos sobre esa noticia en la prensa escrita, si la mera imagen sin información contextual le resulta suficiente, lo que se ha producido es una alteración en la práctica social de informarse, y no un error epistemológico de raíz empirista. El análisis crítico de los efectos de la televisión puede ser más esclarecedor si se lleva a cabo como una sociología de las prácticas que como epistemología. De hecho, los aspectos descriptivos del diagnóstico de Sartori se entienden mejor de este modo; cuando afirma, por ejemplo, que «toda nuestra capacidad de administrar la realidad política, social y económica en la que vivimos, y a la que se somete la naturaleza del hombre, se fundamenta exclusivamente en un pensamiento conceptual que representa — para el ojo desnudo— entidades invisibles e inexistentes»¹⁰, no tiene sentido pensar que su aportación consiste en la elaboración de una tesis epistemológica anti-empirista; si la entendemos como tal, nos incapacitamos a nosotros mismos para aceptar la verdad social que la tesis expresa, y para intervenir y, eventualmente, modificar las prácticas sociales que la tesis denuncia. La «verdad social» que la tesis de Sartori trasluce, y a la vez enmascara, se entiende mejor si admitimos que algunos ostentan la «capacidad de administrar la realidad política»; y no son precisamente los que se sienten bien informados por un telediarario. Los que mantienen la capacidad de dirigir —que comparativamente son pocos, y eso es lo que hay que denunciar— tienen la formación necesaria para acceder al conocimiento abstracto y reflexivo de la complejidad de los subsistemas sociales en cuya lógica se inscriben nuestras prácticas; y, por eso mismo, pueden intervenir como sujetos activos de ellas. Los sistemas sociales complejos forman a los individuos necesarios para gestionarlos, y para innovar dentro de ellos, garantizando así su propia pervivencia.

Lo que la televisión, como sustituto de la formación, produce para grandes segmentos sociales que no nutren su conciencia por otros medios, es la falsa sensación de estar bien informados, que les impide ser sujetos activos, y acentúa en sus conductas la presión de conformidad con lo que pasa, o con lo que se dice que pasa; el conformismo que se deriva, la inacción o la acción impropia, es un producto de estrategias informativas diseñadas, y de ningún modo el efecto perverso de un falso

⁹ G. SARTORI, *op. cit.*, p. 48, nota.

¹⁰ G. SARTORI, *op. cit.*, p. 46.

empirismo. La sociedad que, por sus potenciales tecnológicos, podría ser más transparente que ninguna de las que le han precedido, crea sus propias zonas de opacidad funcional; al empobrecimiento dirigido del lenguaje de la reflexión le sigue un empobrecimiento de la actividad social, lo que restringe el potencial democratizador y participativo de los medios de comunicación de masas.

Interpretar la situación creada en clave epistemológica puede contribuir a un ocultamiento ideológico de la naturaleza social del fenómeno. La mutación antropológica, que Sartori convierte en tesis central de su libro, es una mutación en el sistema social, que impone una configuración determinada de las prácticas aceptables: cuanto más espesa e intrincada se hace la red social, más impone al individuo prácticas meramente adaptativas; una sociedad en la que crece la complejidad estructural y, a la vez, pierde las concepciones del mundo compartidas necesita fomentar la cohesión creando dispositivos de auto-aceptación generalizada. No es tanto un cambio en la «naturaleza del hombre» cuanto un cambio en los mecanismos de la cohesión social; entenderlo así, puede ayudar a configurarlo de otro modo. Entendido al modo de Sartori, es inevitable la ambigüedad que nos hace oscilar entre el rechazo frontal y la aceptación fatalista del fenómeno. En la medida en que Sartori aspira a enunciar una terrible profecía para evitar que se cumpla, su diagnóstico ha de entenderse como denuncia de prácticas sociales que pueden ser modificadas; en la medida en que, en cambio, se llegue a entenderlo como un cambio de *anthropos*, por mutación de su procedimiento cognitivo, introduce el pesimismo propio de un diagnóstico de muerte de civilización al que no cabe oponerse. Distinguir entre ambos polos es, sin embargo, esencial si hemos de plantearnos la crítica racional y la intervención social.

Mi argumento principal es que una imagen o secuencia de imágenes es ya, y evidentemente en el caso del cine o de la televisión, un constructo ideado para expresar un punto de vista, que puede ser tópico pero no por ello está ausente, y que indefectiblemente provoca en quien lo ve, no sólo reacciones emocionales sino también ideativas. No hay sensaciones puras ni imágenes sin interpretación, y ésta es siempre, al menos, potencialmente, reflexiva. Cuestión distinta es que el análisis de las imágenes televisivas dé como resultado una cantidad masiva de reiteraciones, lugares comunes, falsedades ideológicas o secuencias de un bajo nivel de creatividad. Pero eso no es un efecto de la impotencia reflexiva de la imagen como tal, sino de la baja calidad de la programación; como el bajo índice de lectura, o la escasez de vocabulario reflexivo entre jóvenes formalmente escolarizados no parece ser un efecto epistemológico inevitable de su relación con la imagen sino, más bien del cómo y el para qué del uso que hacen de las imágenes como objeto desechable de consumo rápido, o de la pasividad que dificulta su acceso a las obras complejas. Los efectos negativos de un consumo indiscriminado y masivo de televisión son de un orden más complejo que la supuesta incompatibilidad entre ver y pensar; y no son atribuibles tanto a una deficiencia intrínseca de su lenguaje específico, como a la forma de uso social que de él se hace. No sería bueno atribuir al lenguaje de la imagen lo que no puede o no quiere extraer de él una forma de vida social. Si hay que proceder a la crítica de los efectos no deseados de la televisión, hay que empezar por identificar su lugar propio de emergencia.



Más difícil de aceptar se hace el epistemologismo de la tesis de Sartori, si nos acercamos a ese otro hilo del tejido simbólico que es el arte. En este ámbito se hace más claramente inadecuada la caracterización de su aportación por la capacidad de unir significantes a significados; sería imposible entender el valor cultural de una pintura de Velázquez por la asociación que establezca entre significante y significado. En su conjunto, la aportación que realizan las artes visuales (pintura, arquitectura, escultura) a la creatividad del 'animal simbólico' no puede medirse por la capacidad de las imágenes para asociarse a significados; y, en todos esos casos, es difícil negar que los propios significantes ponen en marcha procesos reflexivos, sin que ello signifique que podemos restringir a ese efecto su contribución propia a la vida culta del animal simbólico que es el hombre.

Un caso límite, en el que la tesis se hace insostenible, es la pregunta por el criterio para valorar el lenguaje de la música, sin duda tan complejo como el de la arquitectura, pero carente por completo de significado semántico o de función utilitaria identificable. ¿Diremos por ello que la difusión generalizada de la música atenta contra nuestra capacidad de reflexión? El ejemplo de la música permite una pequeña parodia de la tesis de Sartori para, de este modo, ver más claro a través de ella: si el lenguaje musical sustituyera en la educación al lenguaje literario y/o científico, se produciría, sin duda, una merma considerable de nuestra capacidad reflexiva; no diríamos por ello que alguien que domina el lenguaje de Brahms o Bartok no sea un *homo sapiens*, pero sin duda nos es difícil imaginar una especialización tan excluyente.

Ése es el punto en que el argumento de Sartori tiene razón: si la vocación de universalidad del vídeo-lenguaje se cumpliera de un modo excluyente, desvinculado de otras formas lingüísticas, más apropiadas para la reflexión abstracta, nada podría garantizar siquiera el funcionamiento, en su nivel más convencional, de sociedades complejas como la nuestra; por no decir nada de su cuestionamiento crítico; si el lenguaje de la imagen llegara a convertirse en un esperanto que desplaza, como única lengua viva, al lenguaje verbal, y lo redujera a la categoría de lengua muerta, o de lengua empobrecida y auxiliar, la mayor parte de lo que hasta ahora hemos entendido por cultura se desactivaría, no ya por defectos intrínsecos del vídeo-lenguaje, sino por su capacidad de eliminar otros lenguajes que tienen virtualidades propias intraducibles. En suma, la extensión sin límite del vídeo-lenguaje es criticable porque sacrifica otras partes del tejido simbólico en aras de una comunicación reducida a lo que puede expresar un medio único. Esta crítica puede ejercerse como una variante de la que Marcuse realizara al «hombre unidimensional».

Puede parecer, a primera vista, que lo que acabo de decir coincide sustancialmente con la postura expresada por Sartori; y, sin embargo, creo que no es así por dos razones. En primer lugar porque no suscribo su reducción/interpretación del «hombre simbólico» a la condición de «hombre conceptual»; en segundo lugar porque el peligro de la extensión del lenguaje de la imagen no me parece un riesgo epistemológico sino social. El lenguaje de la imagen, convertido en lenguaje cuasi-único, impediría las formas de reflexión y crítica por las que las sociedades modernas se han venido caracterizando y, en consecuencia, haría imposible su propia transformación libre; un lenguaje pobre es, en efecto, el camino más corto hacia una



sociedad de la manipulación generalizada, basada en la docilidad de la mayoría y, como Sartori analiza en la segunda parte de su trabajo, convierte la democracia en una parodia. Pero, sin plantear todavía los efectos políticamente perversos de la televisión como lenguaje en situación de monopolio, hay algo más básico que se haría imposible si la situación que Sartori dibuja fuera cierta; se haría imposible la propia reproducción funcional de la sociedad tal como existe.

Supongamos, por un momento, que la tesis de Sartori es cierta y, como él dice, «la televisión no es un anexo; es sobre todo una sustitución que modifica sustancialmente la relación entre entender y ver»¹¹; supongamos, por tanto, que es cierto que «la televisión no es sólo un instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paideia*, un instrumento «antropogenético», un *medium* que genera un nuevo *anthropos*, un nuevo tipo de ser humano¹² que lógicamente se caracteriza por ver sin entender. Si suponemos todo esto no sólo es imposible la alta cultura y la reflexión crítica; es también imposible la reproducción simple de la sociedad por incapacidad de transmitir el nivel de conocimientos y teorías necesarias para que siga funcionando, no ya la democracia, sino el sistema económico global, y las instituciones educativas, sanitarias, judiciales, etc. Si la televisión es una nueva *paideia* que priva del acceso al lenguaje conceptual, el propio mantenimiento de la sociedad establecida está en peligro.

No faltan autores que se aproximan a un diagnóstico que apunta en esta dirección; Castoriadis, por ejemplo, piensa que las virtudes que fundan los tipos humanos y profesionales en los que descansa el normal funcionamiento de las sociedades burguesas están desapareciendo como efecto de una crisis civilizatoria generalizada en la que la socialización de los niños por la televisión tiene su importancia causal. Castoriadis concede su función al «telever» en aspectos importantes del actual momento histórico, que se caracteriza por «el ascenso de la insignificancia»: «la televisión —afirma— ofrece el mejor ejemplo: por el hecho de ocupar el centro de la actualidad durante veinticuatro horas, una cosa se vuelve insignificante y deja de existir pasado ese tiempo, porque se ha hallado o porque hay que hallar otra que ocupe su lugar»¹³. La reducción progresiva del tiempo de atención (*attention span*) en las audiencias es uno de los exponentes más claros del culto a lo efímero que caracteriza a la conciencia pública contemporánea y que, a su vez, obliga a trivializar los mensajes políticos para no perder la atención de un público que se aburre enseñada. Esa reducción de la capacidad de prestar atención está influyendo ya en el tiempo de estudio y en las clases universitarias. Pero resulta más acertado Castoriadis que Sartori cuando aquél sitúa este fenómeno en un contexto social, más amplio, de crisis de sentido; como dice Castoriadis, cuando se sitúa el fondo de la cuestión en la supuesta incapacidad de la audiencia, «esto es verdadero y falso a la vez. La humanidad no ha degenerado biológicamente, la gente todavía es capaz de prestar aten-

¹¹ G. SARTORI, *op. cit.*, p. 36.

¹² G. SARTORI, *op. cit.*, p. 36.

¹³ C. CASTORIADIS, *El ascenso de la insignificancia*, Cátedra, Madrid 1998, p. 88.



ción a un discurso argumentado y relativamente extenso; pero también es verdad que el sistema y los *mass-media* ‘educan’ —es decir, deforman sistemáticamente— a la gente de modo que ésta ya no puede interesarse por algo que dura más de unos segundos o a lo sumo unos minutos. Hay en ello una conspiración, pero no en el sentido policial, sino en el sentido etimológico: todo esto ‘respira conjuntamente’, sopla en la misma dirección, la de una sociedad en la que toda crítica pierde su eficacia»¹⁴.

Pero, incluso en un diagnóstico tan pesimista, el influjo televisivo es una causa de orden social que viene a sumarse a muchos otros factores del mismo tipo. Lo que la radicalización de esa tesis, por parte de Sartori, contribuye a ocultar, hasta convertirla en causa única, junto con su radicalización epistemológica y antropológica, es la dimensión social del problema y su naturaleza de instrumento. En ese sentido, la radicalización de la tesis corre el riesgo de convertir el diagnóstico en falsa conciencia de un problema que, además, se presenta como una especie de ley inmodificable, casi como un destino al que no podemos escapar. Conviene, por tanto, fijar la atención en aquellas cosas que el planteamiento de Sartori oculta, o sitúa en segundo plano.

En primer lugar, el hecho de que el consumo masivo de la televisión puede haberse convertido en *paideia* para una parte, numéricamente importante, de la población en las sociedades actuales es compatible con un fuerte incremento de la población universitaria en los mismos países, y con la promoción de instituciones educativas y de investigación de élite, que garantizan que una capa importante de economistas, físicos, juristas o biólogos tienen la capacitación necesaria no sólo para reproducir lo ya existente sino también para posibilitar el crecimiento exponencial del conocimiento técnico en que se basan las sociedades complejas. Es este doble fenómeno el que, a mi juicio, caracteriza mejor la situación real de la cultura actual: por un lado, escolarización básica y televisiva generalizada para la mayoría; por otro, educación de élite e investigación para la minoría necesaria capacitada para mantener y dirigir el sistema social. No se trata de una regresión epistemológica de la complejidad del concepto a la simplicidad de la imagen; ni siquiera puede decirse propiamente que se trata de una regresión social respecto de un nivel mayor de igualdad intelectual previamente existente no sabemos en qué época. El acceso a la cultura crítica y reflexiva fue siempre desigual en las sociedades modernas. Lo que sí viene a desmentir la presente situación es la expectativa ilustrada de una sociedad que accede de modo general e igualitario al saber de modo que éste sirve a su propia emancipación. Por una parte, la educación generalizada y obligatoria —impensable hace cien años— se ha producido, sin que ello signifique mayor autonomía de los individuos frente a los poderes, ni igualdad de oportunidades para todos los miembros de la sociedad. Ésa es la situación que frustra las expectativas optimistas de las sucesivas olas de ilustración desde el siglo XVIII. Los pensadores ilustrados, al menos desde D’Alembert hasta Radovan Richta, siempre supusieron que una sociedad

¹⁴ C. CASTORIADIS, loc. cit.

crecientemente compleja y tecnicada necesitaría un número creciente de ciudadanos intelectualmente cualificados para su buen funcionamiento; pero supusieron también que no era posible poner límites a los efectos emancipatorios de toda educación intelectual; es decir, supusieron correctamente que se haría necesario generalizar la educación y supusieron incorrectamente que eso conllevaría la extensión de la capacidad crítica y reflexiva que constituye la base de la aparición de ciudadanos autónomos. En la práctica, la lógica del sistema social ha sido más astuta que los ilustrados y ha mostrado que es posible crear capataces sin crear ciudadanos, es decir, que es posible generalizar la instrucción necesaria para que todo funcione sin crear el plus de reflexión y autonomía precisos para que todo se cuestione.

En ese mecanismo se hace funcional la generalización de la cultura de la imagen para una mayoría escolarizada y pasiva, compatible con la promoción de élites reflexivas activas bien familiarizadas con los conocimientos teóricos precisos en sociedades como las nuestras. Lejos de ser una amenaza, la paideia selectiva de la imagen lleva a buen término el efecto normalizador que Th.W. Adorno denominó la «televisión como ideología», que caracterizaba como «esa propaganda general a favor del mundo que viene ya inmediatamente dada por la simple forma de estos medios»¹⁵. Ese efecto ideológico consiste principalmente en estos dos momentos; el primero reside en «Su tentativa de inculcar en las personas la falsa conciencia y las deformaciones y ocultaciones de la realidad presentándoles una serie de valores... de cuya validez positiva efectiva les persuade dogmáticamente, en tanto que la formación cultural de la que hablamos deberá, por el contrario, capacitarlas para ponderar su problemática y formarse un juicio propio y autónomo al respecto»¹⁶. Fijémosnos en dos términos clave en el texto de Adorno: dogmatismo de la persuasión *versus* autonomía de la formación. Una sociedad «desencantada» —término que usa M. Weber para nombrar a nuestras descreídas sociedades post-tradicionales— encuentra su propia manera de garantizar una cohesión social cuasi-mecánica: el dogmatismo axiológico que produce la persuasión televisiva. Además de ese dogmatismo que transmiten los contenidos, hay otro efecto «ideológico-formal de la televisión» que afecta al modo de ubicarse en la sociedad; consiste, según Adorno, en lo siguiente: hay que contar «con el desarrollo de una suerte de dependencia de la televisión que acaba haciendo de ella, como también de otros medios [...] el único contenido de conciencia, y que con la plétora de la oferta desvía a las personas de lo suyo y de lo que realmente les afecta»¹⁷. Este segundo rasgo da cuenta de la alteración que un modo de vida produce en el modo de construcción de los sujetos, y en el que la televisión ocupa su lugar.

La dependencia de la televisión refuerza una cierta desestructuración del sujeto humano, que fue el producto de la modernidad, cuya actividad e iniciativa autónoma ha dejado de ser un objetivo a conseguir e incluso, tal vez, ha dejado de

¹⁵ Th.W. ADORNO, *op. cit.*, pp. 52-53.

¹⁶ Th.W. ADORNO, *op. cit.*, p. 53.

¹⁷ Th.W. ADORNO, *op. cit.*, p. 53.





ser funcional en una sociedad cada vez más sujeta a pautas y reglamentaciones de todo tipo; ese ideal de adaptación sin restos que expresa el concepto de «normalización» o «estandarización», y que se convierten en la base misma de una cohesión social de nuevo cuño, representa un modo de inserción de la subjetividad, sin reservas ni planes propios, a la que se debilita configurándola fundamentalmente como adaptación pasiva; por supuesto esa pasividad es una forma de actividad para la que hay que formar, y la televisión se ocupa de ello; pero es la actividad en la que predomina la aceptación, como cuasi-natural, de los papeles socialmente asignados, que han de ser ejercidos con una aquiescencia competente. El sujeto pasivo que se abre al mundo bajo la forma de imágenes televisivas puede aunar la ilusión de estar presente en todos los acontecimientos, sin que ello exija participación ni esfuerzo. Es un sujeto adaptado con la información suficiente para estar disponible ante incitaciones exteriores. Es un sujeto en el que la conciencia, televisivamente nutrida, se aparta de la elaboración autónoma de la experiencia propia o, como dice Adorno «la plétora de la oferta desvía a las personas de lo suyo y de lo que realmente les afecta»¹⁸. El sujeto moderno se caracterizaba por elaborar los contenidos de conciencia a partir de la constitución de su experiencia propia; el sujeto debilitado actual renuncia a esa elaboración y la sustituye por la admisión sin mediaciones, como experiencia propia, de lo televisivamente suministrado. A ese cambio de estructura de la personalidad, exigido por instancias sociales potentes, colabora el modo de uso que de la televisión se hace.

Una vez que hemos realizado la traducción de la tesis epistemológica a términos sociológicos, la denuncia de Sartori abandona el terreno de las profecías apocalípticas y se hace concreta en la dirección de indagar qué tipo de estudios críticos podemos hacer sobre los efectos de la televisión que indiquen líneas de acción para una sociedad que no quiera quedar inerte ante ellos.

El núcleo del problema parece ser el efecto distorsionador de la televisión sobre el resto de las conductas simbólicas, y Sartori lo plantea adecuadamente en términos pedagógicos: «la verdad es que la televisión es la primera escuela del niño (la escuela divertida que precede a la escuela aburrida); y el niño es un animal simbólico que recibe su *imprint*, su impronta educacional, en imágenes de un mundo centrado en el ver. [...] El niño formado en la imagen se reduce a ser un hombre que *no lee*, y, por tanto, la mayoría de las veces, es un ser 'reblandecido por la televisión', adicto de por vida a los videojuegos»¹⁹. Es una descripción plausible de los efectos normalizadores de la televisión, es decir, de su función ideológica y creadora de cohesión social en el nivel más bajo. Pero esa observación espontánea apunta a la necesidad de estudios concretos que nos permitan conocer la extensión y la profundidad del problema denunciado en una generación, ya adulta, que ha tenido la televisión por primera escuela, como es el caso, por ejemplo, de la totalidad de los estudiantes actuales, y de la parte más joven de su profesorado. En la conversación

¹⁸ Th. W. ADORNO, *op. cit.*, p. 53.

¹⁹ G. SARTORI, *op. cit.*, p. 37.

de Adorno de 1963, que ya antes he citado, en un momento relativamente temprano en la historia de los efectos sociales de la televisión, Becker plantea la necesidad de una investigación de hechos concretos para poder valorar los efectos, positivos y negativos, que el medio está produciendo en los televidentes. Adorno le responde: «Respecto a este problema, la investigación social empírica está hoy en una situación relativamente difícil. A pesar de lo elaborado de sus métodos, hasta el momento ha conseguido relativamente pocos resultados en este terreno»²⁰. Más de treinta años después de esta observación, cuando los estudios sobre la televisión están ya integrados institucionalmente en la universidad, la respuesta debería ser muy distinta. Aun a riesgo de que algún sociólogo de la comunicación audiovisual me desmentita, me temo que el terreno al que apunta Adorno continúa estando apenas desbrozado; porque ese terreno no es la medición de índices de audiencias de tales o cuales temas, o de incidencia sobre el consumo de un tipo de publicidad, o de influencia de una determinada estrategia televisiva sobre la conducta electoral. El efecto de conjunto de la televisión sobre la mentalidad y el estilo de vida de los grupos humanos puede seguir siendo inasequible a la ciencia social empírica por la misma razón de fondo que ya entonces daba Adorno: porque «no cabe aprehender, objetivándolo, lo que como proceso inconsciente es en sí mismo decididamente inobjetivable»²¹. Sigue pareciendo cierto que la influencia más determinante de la televisión sobre la sociedad no es la que se mide en términos de conductas observables, como el consumo, o la preferencia por un tipo de líderes políticos; siendo esto importante, lo son más los fenómenos derivados de su capacidad de hacer creíbles sistemas de valores que configuran la mentalidad colectiva sin que ésta se dé cuenta, de modo inconsciente y, por tanto, eficaz e irreflexivo, y su capacidad de desviar a las personas de lo que realmente les afecta, es decir, de aquello que constituye su esfera propia de acción. Me parece esto más grave porque estos dos grupos de fenómenos atentan contra la autonomía de los individuos, debilitando a la vez su sentido del yo y su sentido de la realidad y, por tanto, su capacidad de actuar efectivamente en nombre propio.

Incluso reconociendo el carácter inobjetivable de estos fenómenos para la investigación empírica realizada por métodos positivistas, Adorno propone el método del *content analysis* (análisis de contenido) para evitar perdernos en una especulación que no deriva en lo concreto de los fenómenos que nos preocupan; y ese análisis de contenido no debe partir de la televisión considerada de modo aislado, sino como «un momento en el sistema global de la actual cultura dirigida de masas, industrialmente condicionada, a la que las personas están expuestas sin tregua en cada revista ilustrada, en cada quiosco de prensa, en innumerables canales de la vida, hasta el punto de que la modelación global de la consciencia y de la subconsciencia únicamente puede desarrollarse a través de la totalidad de estos medios»²².

²⁰ Th.W. ADORNO, *op. cit.*, p. 58.

²¹ Th.W. ADORNO, *op. cit.*, p. 58.

²² Th.W. ADORNO, *op. cit.*, p. 58.



El análisis de contenidos es necesario porque la imagen televisiva, contra lo que sugiere Sartori, no es una especie de lenguaje visual puro que no nos suministra conceptos; bien al contrario, la imagen que vemos en la televisión es un producto manufacturado, creado y producido por una industria y, como tal, lleva la huella de la estrategia a la que sirve. No es un punto de partida visual más o menos apto para un proceso de abstracción, sino un punto de llegada para todo un proceso productivo planificado y pensado para un tipo de consumo y para un tipo de consumidores; el análisis de contenidos puede darnos elementos para entender ese proceso. A su vez, el proceso mismo tiene como efecto «la modelación global de la consciencia»; y el análisis de contenidos puede ser un punto de partida concreto para un trabajo necesario de reflexión sobre el tipo de heteronomía, o sumisión del comportamiento a causas externas e intereses ajenos, que la televisión, y el conjunto de los demás medios de la cultura de masas, ayuda a configurar. La diferencia con el análisis de Sartori es que el estudio sobre la televisión que la sociología crítica promueve no considera al medio abstractamente como causa del empobrecimiento cultural, sino como instrumento en manos de una lógica social pre-existente que lo usa como herramienta funcional; ello hace posible pensar, al menos en principio, en un uso, o multiplicidad de usos, de la televisión socialmente distintos del que hoy prevalece: el dilema real no consiste en aceptar o rechazar la televisión, sino en diseñar su lugar y modo de empleo en el interior de prácticas sociales y estilos de vida más complejos, y compatibles con la reflexión y la crítica.

