EL HOMO VIDENS A LA LUZ DE ORTEGA

CARLOS BRAVO-REGIDOR

Giovanni Sartori,
Homo videns. La sociedad teledirigida,
Taurus,
Madrid, 1998.

Los **FENÓMENOS** históricos no ocurren por generación espontánea. Estudiar los acontecimientos a partir de sí mismos, como si no estuvieran inscritos dentro de procesos más amplios, es aislar las posibilidades del entendimiento: cuando mucho será factible conocer lo que sucede, pero resultará imposible saber por qué.

Al explorar un hecho específico, es necesario interpretarlo dentro de la circunstancia que lo rodea. La realidad no transcurre en pedazos sueltos. Todo texto, sea cual sea su naturaleza, tiene un contexto: una lectura que ignora lo anterior es un ejercicio obtuso y francamente limitado. Ya lo dijo a su manera Ortega: "yo soy yo y mi circunstancia, y si no la salvo a ella no me salvo yo". No obstante, la frontera es borrosa y su establecimiento, incluso, arbitrario. ¿Dónde está uno y termina la otra? ¿Cuál determina a quién? ¿Cómo se relacionan entre sí? A pesar de ello, la distinción –aunque sea imaginaria– es indispensable para avanzar de la mera descripción al terreno del conocimiento.

Así, sucede que uno de los libros más comentados últimamente en México carece por completo de esta diferenciación tan necesaria. Trata un tema sin preguntarse ni por sus antecedentes, ni por el tejido del que forma parte. Se concentra en un solo argumento repetitivo que por sí mismo no puede explicarse. Se trata de *Homo videns,* la más reciente obra de Giovanni Sartori.

De entrada, el politólogo italiano advierte: un mundo concentrado en el hecho de ver es un mundo estúpido. El *homo* sapiens, un ser caracterizado por la reflexión, por su capacidad para generar abstracciones, se está convirtiendo en un *homo videns,* una criatura que mira pero no que piensa, que ve pero no entiende.

Dejando a un lado la función de entretenimiento que la televisión tiene, Sartori se concentra en su labor formativa. No es el *homo ludens* el que le interesa, sino el *videns.* Si el niño crece junto al televisor, su concepción del mundo se vuelve una caricatura: conoce la realidad a través de sus imágenes y la reduce a éstas. Su capacidad de administrar los hechos que lo rodean está condicionada a lo visible: su facultad de abstracción –de trascender, por decirlo de algún modo, lo que le dicta el ojo– es sumamente pobre,"no sólo en cuanto a las palabras sino sobre todo en cuanto a la riqueza de significado".

El proceso comienza desde la infancia. La televisión es la primera escuela del niño, en donde se educa a base de imágenes que le enseñan que lo que ve es lo único que cuenta: la función simbólica de la palabra queda relegada frente a la representación visual. Dicha formación va atrofiando la capacidad para comprender, pues su mente crece ajena al concepto –que se forma y desarrolla mediante el lenguaje escrito. De tal manera que para cuando es adulto sólo responde a los estímulos audiovisuales mediante los cuales ha aprendido a entrar en contacto con el mundo.

En el mundo del *homo videns* no hay más autoridad que la de la pantalla. Así, el concepto queda sumergido entre colores, formas, secuencias y ruidos ininteligibles. La imagen no discute, decreta. Es al mismo tiempo juicio y sentencia. La pantalla no acepta ni la discusión ni el intercambio: simplemente, no tiene interlocutores, lo convierte todo en espectáculo y atropella cualquier posibilidad de diálogo.

Además, la propia naturaleza del espacio televisivo tiende de manera irremediable a descontextualizar lo que transmite, pues mientras se ocupa de las últimas noticias y de las imágenes visualmente más escandalosas, margina otros aspectos que aunque pueden ser más importantes que los que se ven no son plásticamente tan atractivos. Ya no importa lo que se sabe ni lo que se piensa, en la era del *homo videns* lo que cuenta es lo que se ve y lo que se siente.

Homo videns es más una reflexión que un estudio. No es un tópico que el autor domine sino un asunto que le preocupa. Empero, jamás se pregunta por el origen de este "nuevo" hombre que tanto le atañe: ni a qué tipo de circunstancia responde, ni dentro de qué clase de tendencia se ubica, ni en qué momento histórico se inscribe. ¿De dónde salió el *homo videns?* ¿Cuál ha sido su historia y cómo su desarrollo? ¿Por qué surge?

Las anteriores son preguntas pendientes que el libro de Sartori no responde. Tal vez éste no sea su cometido: su labor puede ser, únicamente, la de llamar la atención sobre el engendro que da título a su trabajo. Pero aún así, una cuestión de semejante importancia como la que propone –la metamorfosis del ser humano mediante la vía televisiva– no puede ignorar esas deudas para con sus lectores. La falta

de perspectiva en su análisis limita la comprensión del fenómeno que Homo *videns* ilustra. Tal vez la clave está en sus ausencias, en autores que Sartori roza pero no identifica, en textos cuyo tema trata pero no reconoce. Tal puede ser el caso, por ejemplo, de Ortega y *La rebelión de las masas.*

En dicho clásico, Ortega y Gasset propone su tesis sobre nuestro tiempo: la época de las multitudes. Al escribir su ensayo señalaba sin empacho al protagonista del siglo XX: el hombre masa. ¿Quién es este personaje típico de nuestros años contra el que Ortega levantaba su pluma? Es aquel hombre ordinario que no se distingue de los otros, que se siente y se sabe idéntico a los demás, que carece de identidad propia y que se siente cómodo compartiendo la ignominia colectiva que le proporciona la idéntica mediocridad del resto. Esta criatura anónima, cuya existencia es la negación misma del individuo, está, de acuerdo con Ortega, extendiendo su influencia, pues "lo característico del momento es que el alma vulgar, sabiéndose vulgar, tiene el denuedo de afirmar el derecho de la vulgaridad y lo impone dondequiera".

Si el siglo xix fue el siglo del liberalismo, el siglo XX se ha caracterizado por manifestar un signo opuesto; por recaudar dentro de sus años reacciones de diversa índole en contra del orden decimonónico. En este sentido múltiples acontecimientos certifican el juicio que Ortega elaboraba a finales de la década de 1920: "las innovaciones políticas de los más recientes años no significan otra cosa que el imperio político de las masas". Las revoluciones de nuestro tiempo han constituido la puerta a través de la cual las masas han accedido a la historia. Muestras de lo anterior hay muchas, baste tan sólo con señalar cuatro de ellas: el fascismo, el sufragio universal, los nacionalismos y el comunismo. Nunca como ahora las masas habían gozado de semejantes prerrogativas ni habían sido consideradas con tal insistencia como un actor tan importante dentro de la dinámica social. Nunca como ahora, tampoco, los medios de comunicación masiva habían desempeñado un papel socialmente tan trascendente.

Caracterizadas por la inconsciencia de su privilegio histórico, las masas ejercen los derechos que ahora tienen,repudiando cualquier responsabilidad que estos conlleven. El hombre masa no admite obligaciones: como espécimen narcisista que es, cree que todo lo merece. Su voz es la del beneficio a secas, automático e inmediato.

La política de las masas es la política de la irracionalidad. Lo que menos cuenta son los argumentos, las ideas. De lo que se trata es de exaltar, de hacer sentir de excitar. Hay que despertar pasiones, hacer promesas fáciles, convocar a los deseos más primitivos. Las razones no se consideran en tanto que a nadie le importan. Ya decía Ortega en sus años que "el hombre masa no atiende a razones". *El homo videns,* por su parte, es llevado por la imagen.

Ese es pues el tema de nuestra era, el de las muchedumbres: la tendencia que ha acompañado al tiempo que vivimos. Es, en consecuencia, una clave para descifrar el tejido que se ha bordado a lo largo del siglo. La interpretación del último trozo del milenio puede elaborarse, por tanto, a partir de esa lectura histórica: la del hombre como protagonista de nuestro tiempo.

Cabe señalar entonces que el fenómeno de homo *videns* puede leerse dentro del planteamiento hecho por Ortega, es decir, como una manifestación peculiar del hombre masa. En este sentido, es posible interpretar al homo *videns* como una sofisticación, de índole tecnológica, del protagonista de este siglo.

En el fondo, la motivación sigue siendo la misma; tanto la demagogia como la pantalla persiguen un objetivo acorde: la provocación de un público sin ideas. En realidad, lo que dicen es lo de menos: lo importante es que incitan, que estimulan sensibilidades colectivas. En este caso, la transmisión de un mensaje opera por la pista de la irracionalidad, dentro de la cual no hay que convencer sino que seducir. La televisión mitiga la presencia física de la masa y establece el dominio de la imagen retransmitida a larga distancia. Requiere, en tanto que la palabra pierde primacía, de menos conceptos para provocar las pasiones del público, en este caso, televidente.

La televisión ha transformado, por tanto, al hombre masa: el *homo videns* no es un ente nuevo, es un síntoma singular y ciertamente imprevisto del proceso que Ortega señalaba en La rebelión de las masas, expresado a través de una innovación tecnológica que lo reafirma. El incremento del poder de las masas ha traspasado la frontera de lo estrictamente político y ha encontrado en la televisión -como medio de comunicación masiva– un nicho ideal para reproducirse