*Este País* 90 Septiembre 1998

# LOS TRES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON DOS: LA TELEVISION

HUGO VARGAS

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

A CONTRAPELO DE LA IDEA de que es la propiedad de los medios de comunicación la que define en gran medida su carácter, sus contenidos y sus intenciones, Sartori afirma que "es el instrumento en sí mismo y por sí mismo lo que se nos ha escapado de las manos".

No se puede dejar de pensar en la obra que Umberto Eco publicara en los años 70, Apocalípticos e integrados a la sociedad de masas, donde analizaba las diferentes interpretaciones acerca de los medios de comunicación. Según esta clasificación Homo videns pertenecería a los primeros. "Es lógico –dice el propio Sartori– que se me acuse también de ser apocalíptico... Si las cosas van mal, digo sin demasiado 'salomonismo' que van mal; tal vez exagero un poco, pero es porque la mía quiere ser una profecía que se autodestruya, lo suficientemente pesimista como para asustar e inducir a la cautela."

Sartori mezcla muy bien nuevos y viejos argumentos no por ello menos válidos para establecer la creación de un nuevo hombre, formado por la primacía de la imagen sobre la palabra escrita.

"La tv 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 tv pro-duce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender." Frente al homo sapiens, que debe su saber a la capacidad de abstracción, ha crecido otro tipo de hombre que ha ido perdiendo la capacidad de insertar lo percibido en ideas que "lo encuadren y lo signifiquen". Este es el proceso atrofia-do por la imagen. En el homo videns "el lenguaje conceptual (abstracto) es sustituido por el lenguaje perceptivo (concreto) que es infinitamente más pobre, no sólo en cuanto a palabras, sino sobre todo en cuanto a la riqueza de significado, es decir, de capacidad connotativa".

Se detiene someramente en la preeminencia de la tv en la educación infantil, pues los niños de casi todo el mundo ven por horas la tv antes de aprender a leer y escribir. Pese a repetir argumentos que necesitarían matizarse ("el niño es un esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve"), Sartori destaca un hecho incontrovertible en las diversas latitudes y culturas del mundo: las generaciones educadas en la televisión han creado un adulto empobrecido culturalmente, pero que está orgulloso de esa incultura.

El tema que mejor analiza Sartori es el proceso de información televisiva y su relación con los partidos y el poder. Al privilegiar la imagen, la tv se limita a informar aquello que puede ser graba-do. Lo que no está en imágenes simple-mente no existe. Ello ha provocado que los noticieros estén repletos de hechos insustanciales (nota roja, escándalos del jet-set, historias de "interés humano" y catástrofes naturales).

Tres asuntos son analizados: la formación de la opinión pública por me-dio de las encuestas ("Quinientos norteamericanos –dice un teórico– son continuamente interrogados para decir-nos a nosotros, a los otros 250 millones lo que debernos pensar"); la relación entre el poder de los medios visuales y la política (lo que ha creado el "video-poder"), y la medida en que la televisión ayuda u .obstaculiza "la buena política": la necesidad de mostrar ha obligado ala televisión a crear "pseudoacontecimientos", es decir, el registro de aquello que acontece sólo por-que hay una cámara que lo está grabando y que de otro modo no tendría lugar, olvidándose de informar sobre asuntos no registrables en imágenes.

Sartori recapitula y lanza severas y amargas advertencias a los padres de familia: "se tendrían que asustar de lo que sucederá a su hijos: cada vez más almas perdidas, desorientados, anómicos, aburridos, en psicoanálisis, con crisis depresivas y, en definitva, 'enfermos de vacío'. Frente a la creencia de que el niño se tiene que "divertir", las escuelas están repletas, o lo estarán, de computadoras: "deberíamos, en cambio, vetarlos" –propone Sartori– porque así no aprenden a escribir y la lectura se queda rezagada. Termina con una cita de Neil Postman: "la televisión... nos ofrece lo mejor cuando nos da diversión-basura (junk); nos ofrece lo peor cuando absorbe el discurso serio... Convendría que la televisión fuera peor, no mejor".