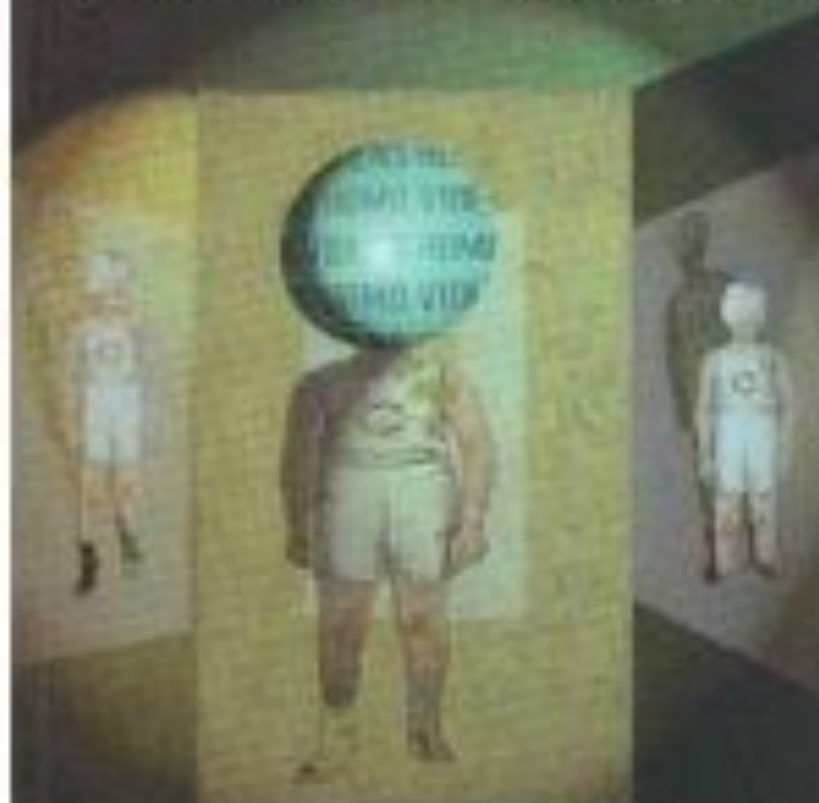


Homo videns

La sociedad teledirigida



Giovanni Sartori



TAURUS

En este libro, publicado en 1997, el conocido cientista político Giovanni Sartori, aborda el papel que están desempeñando los multimedios y la televisión en especial en el público, así como también las características de la opinión pública en las democracias representativas de hoy, fuertemente dirigidas por el mundo de las imágenes y de los sondeos de opinión. A diferencia de otras obras teóricas del autor como “la Política” o “teoría de la democracia”, ésta es una reflexión de los tiempos aguda, crítica, pesimista, diríamos casi apocalíptica. Sin embargo, es un libro que cumple con el papel de alertar, de llamar la atención a todas aquellas personas involucradas en procesos educativos, tanto a nivel familiar como institucional respecto de la influencia de la televisión en el plano individual, político y cultural. De fácil y rápida lectura, no es por ello una obra superficial. Invita a reflexionar en el mundo que se está viviendo y ayuda a darse cuenta de los eventuales peligros a que podrían llevarnos los multimedia y muy particularmente la televisión, cuando se erige como el único factor de socialización de la persona desde su niñez. La tesis central de Sartori es que la televisión y el video (imagen) modifican radicalmente y empobrecen el aparato cognoscitivo del “homo sapiens”, a tal punto que anula su pensamiento y lo hace incapaz de articular ideas claras y diferentes, hasta llegar a fabricar lo que él denomina un “proletariado intelectual”, sin ninguna consistencia. La cultura audiovisual es inculta y por lo tanto, no es cultura, afirma Sartori. Del “homo sapiens”, producto de la cultura escrita, se ha pasado al “homo videns”, producto de la imagen. Es más, el autor afirma que la televisión en la época actual no sería solo un instrumento, sino que es una “paideia”, un medio que genera un nuevo “ántropos”, esto es, un nuevo tipo de ser humano.

Nos parece tan radical esta afirmación, porque equivale a imaginarnos que el hombre está expuesto a un sólo tipo de influencia (la televisión) en el mundo moderno, dejando de lado otros factores de socialización. La formación de la opinión pública es un proceso complejo, dinámico en el cual intervienen elementos que entran y salen de un embudo o túnel de la causalidad, según lo explican los autores Miller, Stokes y Coverse. Sartori arremete decididamente en contra de la televisión, ya que ella sería la primera escuela del niño, formado en la imagen y después, transformado en un hombre que no lee, cuya capacidad de abstracción y de entender se ha visto empobrecida.

Esta afirmación nos parece particularmente grave, puesto que aunque Sartori no lo dice explícitamente, se debe reconocer que en la época actual hay dos instituciones socializadoras en crisis: la familia, como primera formadora de hábitos, valores y actitudes y la segunda en importancia cronológica: la educación, las que deben ir en estrecha consonancia al menos en los primeros años de formación de la persona.

En esta obra Sartori se concentra solamente en los efectos cognoscitivos que la televisión produciría en el hombre. Se olvida que no basta la información para que exista una correcta opinión pública que sirva de contrapeso real a otros poderes de la sociedad. El “homo videns” sólo podría resurgir como una persona si a la dimensión cognoscitiva se le agrega la dimensión ética-formativa. La época en que el autor escribiera su libro, fue antes de la caída del muro de Berlín.

Quizás ahora Sartori ha sustituido las ideologías por el poder total que le concede a la televisión, no ya como un mero instrumento, sino como un elemento que EN SI Y POR SI MISMO PROMUEVE E INSPIRA LOS CAMBIOS EN LA SOCIEDAD, al modo como se concebían los efectos de los medios en su primera fase, en la que se les atribuía

un gran poder, fruto de la experiencia vivida en la segunda guerra mundial, en donde la opinión pública estaba totalmente manipulada y controlada por el estado.

Lo cierto es que las democracias modernas son un tanto más complejas, se vive lo que Robert Dahl denomina una “poliarquía”, esto es, han surgido una multiplicidad de actores que compiten entre si e influyen en la sociedad. Sartori cuando habla del tema de la formación de la opinión pública afirma que las opiniones son ciegas y débiles por la influencia de la televisión y de la sondeodependencia, para referirse al poder que han tomado las encuestas de opinión.

Como se sabe, éstas son un mero instrumento empírico para medir opiniones en un momento dado, y constituyen meras probabilidades, tendencias o aproximaciones a la verdad, y por lo tanto, pueden equivocarse. Falta un mayor espíritu crítico en la sociedad para saber interpretarlas y sin duda, la televisión no ayuda mucho a ello. Concretamente en lo que se refiere a la influencia de la televisión en la política, ella la personaliza, la hace más emotiva, “rompe el equilibrio entre pasión y racionalidad”, homogeniza y hasta promueve el conflicto. El resultado final es que el pueblo se debilita, no decide la solución de los temas. Con mucha propiedad, Sartori advierte que a un incremento del “demopoder”, debería corresponder un incremento del “demosaber”. De otra forma, la democracia se convierte en un sistema de gobierno en que son los más incompetentes los que deciden.

El demos debilitado de Sartori lo está no sólo en su capacidad de entender, sino también en su pérdida del sentido de comunidad. La televisión crea una “multitud solitaria” y lo que nos espera es una “soledad electrónica”. Nuevamente se pierde la noción de persona y de público. Lo que prima en Sartori es esa visión pesimista de la multitud, presa de sus emociones, incapaz de pensar por si sola, expuesta a una sola influencia y determinada por ella, sin libertad.

En este libro Sartori expone un pensamiento extremo, en el que se le atribuye un poder casi total a la televisión y al poder de la imagen. Sartori lleva a una pregunta fundamental: ¿es que el hombre ha perdido su libertad? O más bien dicho, ¿la ha entregado al instrumento creado por él? El hombre debe ser cada día más persona y menos individuo aislado, servirse del progreso y de la tecnología como instrumentos del bien, sin erigirlos como dioses, ni olvidar que “está llamado a vivir en comunión con Dios a través de su prójimo”, que los medios de comunicación son meros instrumentos que no sustituyen personas ni políticas, por lo tanto tienen un valor relativo y deben ser puestos al servicio del bien de la persona, que la opinión pública arranca del individuo libre y que para ello es esencial distinguirla de la Verdad, para ser verdaderamente “doxa” formada, con una dimensión ética, que hay que reforzar otros factores formadores de opinión pública que son relevantes: la familia y la educación. La primera, como formadora de hábitos, valores y creencias y como modelo para las sociedades intermedias y para la “res publica”, que la dimensión cognoscitiva no es la única ni quizás la más importante de la opinión pública. La principal limitación del libro que radica en que se centra sólo en los efectos cognoscitivos que la televisión estaría provocando en las personas y en la política, olvidándose Sartori de los valores, condición indispensable para la formación de una recta opinión pública.

Aporte de Victoria 03/03/2007

ÍNDICE

<i>Prefacio</i>	9
<i>Prefacio a la segunda edición italiana</i>	15
<i>Prefacio a la nueva edición italiana</i>	19
La primacía de la imagen	
1. <i>Homosapiens</i>	27
2. El progreso tecnológico	33
3. El vídeo-niño	39
4. Progresos y regresiones	45
5. El empobrecimiento de la capacidad de entender	49
6. Contra-deducciones	53
7. Internet y «cibernavegación»	57
La opinión teledirigida	
1. Vídeo-política	69
2. La formación de la opinión	73
3. El gobierno de los sondeos	77
4. Menos información	83
5. Más desinformación	93
6. También la imagen mente	103
¿Y la democracia?	
1. Vídeo-elecciones	109
2. La política vídeo-plasmada	115
3. La aldea global	121
4. El demos debilitado	127
5. <i>Regnum hominis</i> y hombres bestias	135
6. La competencia no es un remedio	143
7. Racionalidad y postpensamiento	149
Apéndice	
1. El huevo y la gallina	159
2. ¿Qué ciudadano	163
3. Democracia continua y democracia deliberativa	167
4. Competencia y Auditel	171
5. Nos ahogamos en la ignorancia	179
6. Del vídeo-niño a la deconstrucción del yo	185
7. Más sobre visibilidad y abstracción	191
8. Lo virtual es un vacío	195
<i>Referencias bibliográficas</i>	199

PREFACIO

¿Por qué no le dais a la gente libros sobre Dios? Por la misma razón por la que no le damos Oteló, son viejos; tratan sobre el Dios de hace cien años, no sobre el Dios de hoy. Pero Dios no cambia. Los hombres, sin embargo, sí.

ALDOUS HUXLEY, *Un mundo feliz*

Nos encontramos en plena y rapidísima revolución multimedia. Un proceso que tiene numerosas ramificaciones (Internet, ordenadores personales, ciberespacio) y que, sin embargo, se caracteriza por un común denominador: *tele-ver*, y, como consecuencia, nuestro *vídeo-vivir*. En este libro centraremos nuestra atención en la televisión, y la tesis de fondo 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. Todo acaba siendo visualizado. Pero ¿qué sucede con lo no visualizable (que es la mayor parte)? Así, mientras nos preocupamos de quién controla los medios de comunicación, no nos percatamos de que es el instrumento en sí mismo y por sí mismo lo que se nos ha escapado de las manos. Lamentamos el hecho de que la televisión estimule la violencia, y también de que informe poco y mal, o bien de que sea culturalmente regresiva (como ha escrito Habermas). Esto es verdad. Pero es aún más cierto y aún más importante entender que el acto de telever está cambiando la naturaleza del hombre. Esto es *el porro unum*, lo esencial, que hasta hoy día ha pasado inadvertido a nuestra atención. Y, sin embargo, es bastante evidente que el mundo en el que vivimos se apoya sobre los frágiles hombros del «vídeo-niño»: un novísimo ejemplar de ser humano educado en el tele-ver —delante de un televisor— incluso antes de saber leer y escribir.

En la primera parte de este libro me ocupo y preocupo de la *primacía de la imagen*, es decir, de la prepon- (derancia de lo visible sobre lo inteligible, lo cual nos r lleva a un ver sin entender. Yes ésta la premisa fundamental con la cual examino sucesivamente la *vídeo-política*, y el poder político de la televisión. Pero a lo largo p de este recorrido mi atención se concentra en la *pai- n deía*, en el crecimiento del vídeo-niño, en los procesos formadores de la opinión pública y en cuanto saber pasa, y no pasa, a través de los canales de la comunicación de masas. El más cáustico en esta cuestión es Baudrillard: «La información, en lugar de transformar la masa en energía, produce todavía más masa». Es cierto que la televisión, a diferencia de los instrumentos de comunicación que la han precedido (hasta la radio), destruye más saber y más entendimiento del que transmite. Quede, pues, claro: ataco al *homo videns*, pero no me hago ilusiones. No pretendo frenar la edad multimedia. Sé perfectamente que en un periodo de tiempo no demasiado largo una mayoría de la población de los países opulentos tendrá en casa, además de la televisión, un mini-ordenador conectado a Internet. Este desarrollo es inevitable y, en último extremo, útil; pero es útil siempre que no desemboquemos en la *vida inútil*, en un modo de vivir que consista sólo en matar el tiempo. Así pues, no pretendo detener lo inevitable. Sin embargo, espero poder asustar lo suficiente a los padres sobre lo que podría sucederle a su vídeo-niño, para que así lleguen a ser padres más responsables. Espero que la escuela abandone la mala pedagogía y la degradación en la que ha caído. Y, por tanto, 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. Y además, aunque la mía fuera una batalla perdida de antemano, no me importa. Como decía Guillermo d'Orange, «point n'est besoin d'espérer pour entreprendre, ni de réussir pour persévérer», no es necesario esperar para emprender, ni lograr para perseverar.

PREFACIO A LA SEGUNDA EDICIÓN ITALIANA

En esta nueva edición he profundizado aún más en el punto central de mi discurso: el hecho de que la televiSiÓN modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del *horno sapiens*. Los críticos han contrapuesto a esta tesis de fondo un *fin de non récevoir*, es decir, que no era original, que era algo «ya visto». ¿De verdad? ¿Dónde? Siempre es cómodo encontrar autores y citas que apoyen nuestras teorías. A la espera de ello, la cuestión es si mi tesis es errónea. Sea original o no, ¿es verdadero o falso que el hombre vídeo-formado se ha convertido en alguien incapaz de comprender abstracciones, de entender conceptos?

Es lógico que se me acuse también de ser apocalíptico, pero ésta es una crítica de rigor que no me impresiona. 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 auto- destruye, lo suficientemente pesimista como para asustar e inducir a la cautela. y el hecho de que la primera edición de este pequeño libro se haya agotado enseguida, me incita a esperar. Quizá significa que ha saltado la alarma y que el problema se ha hecho sentir. NuevaYork, enerote 1998.

PREFACIO A LA NUEVA EDICIÓN ITALIANA

En esta edición de 1999, el texto de 1998 (segunda edición) no ha sufrido variaciones. Es justo que el libro conserve su versión original. He preferido, así pues, ampliar y profundizar mi discurso con un apéndice. Resulta que el libro ha recibido mucha atención, y su traducción al español me ha hecho pasear por Madrid y por América Latina durante casi un mes. De ese mes de incesantes presentaciones y debates he sacado nuevos estímulos y nuevas ideas. Mas, quede claro, *Horno videns* es un texto construido, como se dice hoy, sobre una tesis «fuerte»: y no es que las nuevas ideas elaboradas en el apéndice la atenúen. Es más, si acaso la refuerzan. Porque estoy más convencido que nunca de la tesis de que nos encontramos en un momento de mutación genética.

G.S.

Florenxia, abril de 1999.

LA PRIMACÍA DE LA IMAGEN

1. *HOMO SAPIENS*

Homo sapiens: de este modo clasificaba Línneo a la especie humana en su *Sistema de la Naturaleza*, de 1758. Fisiológicamente, el *homo sapiens* no posee nada que lo haga único entre los primates (el género al que pertenece la especie de la raza humana). Lo que hace único al *homo sapiens* es su capacidad simbólica; lo que indujo a Ernst Cassirer a definir al hombre como un «animal simbólico». Cassirer lo explica así:

El hombre no vive en un universo puramente físico sino en un universo simbólico. Lengua, mito, arte y religión [...] son los diversos hilos que componen el tejido simbólico [...]. Cualquier progreso humano en el campo del pensamiento y de la experiencia refuerza este tejido [...]. 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. (1948. páginas 47-49)

Así pues, la expresión *animal symbolicum* comprende todas las formas de la vida cultural del hombre. Y 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. Actualmente, hablamos de lenguajes en plural, por tanto, de lenguajes cuyo significante no es la palabra: por ejemplo, el lenguaje del cine, de las artes figurativas, de las emociones, etcétera. Pero éstas son acepciones metafóricas. Pues el lenguaje esencial que de verdad caracteriza e instituye al hombre como animal simbólico es «lenguaje-palabra», el lenguaje de nuestra habla. Digamos, por tanto, que el hombre es un animal parlante, un *animal loquax* «que continuamente está hablando consigo mismo» (Cassirer, 1948, pág. 47) y que ésta es la característica que lo distingue radicalmente de cualquier especie de ser viviente*. A esto se podría replicar que los animales también comunican con un lenguaje propio. Sí, pero no del todo. El llamado lenguaje animal transmite señales. Y la diferencia fundamental es que el hombre posee un lenguaje capaz de hablar de sí mismo. El hombre reflexiona sobre lo que dice. Y no sólo el comunicar, sino también el pensar y el conocer que caracterizan al hombre como animal simbólico se construyen *en* lenguaje y *con* el lenguaje.

*Gehlen (1990, págs. 91-92) indica una discontinuidad diferente entre el hombre y el animal: «el animal [...] no ve lo que no debe llegar a la percepción como algo vitalmente importante, como es el caso de señales que indican que están ante un enemigo, una presa, el otro sexo [...]. El hombre, en cambio, está expuesto a una invasión de excitaciones, a una riqueza de lo “perceptible”». Esto es verdad, pero a mí me parece que la óptica simbólico-lingüística de Cassirer es mucho más importante que la óptica antropológico-cultural de Gehlen. Hay que aclarar que se trata de puntos de vista complementarios.

El lenguaje no es sólo un instrumento del comunicar, sino también del pensar. Y el pensar 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».

Las civilizaciones se desarrollan con la escritura, y es el tránsito de la comunicación oral a la palabra escrita lo que desarrolla una civilización (*cfr* Havelock, 1973). Pero hasta la invención de la imprenta, la cultura de toda sociedad se fundamenta principalmente en la transmisión oral. Hasta que los textos escritos son reproducidos a mano por amanuenses, no se podrá hablar aún del «hombre que lee». Leer, y tener algo que leer, fue hasta finales del siglo xv un privilegio de poquísimos doctos. El *homo sapiens* que multiplica el propio saber es, pues, el llamado hombre de Gutenberg. Es cierto que la Biblia impresa por Gutenberg entre 1452 y 1455 tuvo una tirada (que para nosotros hoy es risible) de 200 copias. Pero aquellas 200 copias se podían reimprimir. Se había producido el salto tecnológico. Así pues, es con Gutenberg con quien la transmisión escrita de la cultura se convierte en algo potencialmente accesible a todos.

El progreso de la reproducción impresa fue lento pero constante, y culmina —entre los siglos xviii y xix— con la llegada del periódico que se imprime todos los días, el «diario». Al mismo tiempo desde mediados del XIX en adelante comienza un nuevo y diferente ciclo de avances tecnológicos. En primer lugar, la invención del telégrafo, después la del teléfono (de Alexander Graham Bell). Con estos dos inventos desaparecía la distancia y empezaba la era de las comunicaciones inmediatas. La radio, que también eliminaba distancias, añade un nuevo elemento: una voz fácil de difundir en todas las casas. La radio es el primer gran difusor de comunicaciones; pero un difusor que no menoscaba la naturaleza simbólica del hombre. Ya que, como la radio «habla», difunde siempre cosas dichas con palabras. De modo que libros, periódicos, teléfono, radio son todos ellos —en concordancia— elementos portadores de comunicación lingüística. La ruptura se produce a mediados de nuestro siglo, con la llegada del televisor y de la televisión*. La televisión —como su propio nombre 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. Y esto es un cambio radical de dirección, porque mientras que la capacidad simbólica distancia al *homo sapiens* del animal, el hecho de ver lo acerca a sus capacidades ancestrales, al género al que pertenece la especie del *homo sapiens*.

* Utilizo «televisión» y «televisor», indistintamente, para indicar que la relación entre el televisor-máquina y el televidente es estrechísima. El televisor, por así decirlo, entra dentro del televidente y lo plasma.

2. EL PROGRESO TECNOLÓGICO

Todo progreso tecnológico, en el momento de su aparición, ha sido temido e incluso rechazado. Y sabemos que cualquier innovación molesta porque cambia los órdenes constituidos. Pero no podemos, ni debemos generalizar. El invento más protestado fue, históricamente, el (le la máquina, la máquina industrial. La aparición de la máquina provocó un miedo profundo porque, según se decía, sustituía al hombre. Durante dos siglos esto no ha sido cierto. Pero era verdad entonces, y sigue siéndolo ahora, que el coste humano de la primera revolución industrial fue terrible. Aunque la máquina era imparabile, y a pesar de todos los inmensos beneficios que ha producido, aún hoy las críticas a la civilización de la máquina se relacionan con verdaderos problemas.

En comparación con la revolución industrial, la invención de la imprenta y el progreso de las comunicaciones no han encontrado hostilidades relevantes; por el contrario, siempre se han aplaudido y casi siempre han gozado de eufóricas previsiones. Cuando apareció el periódico, el telégrafo, el teléfono y la radio (dejo en suspenso el caso de la televisión) la mayoría les dio la bienvenida como «progresos» favorables para la difusión de información, ideas y cultura.

En este contexto, las objeciones y los temores no han atacado a los instrumentos, sino a su contenido. El caso emblemático de esta resistencia —repito, no contra la comunicación sino contra lo que se comunicaba— fue el caso de la *Gran Enciclopedia*.

La *Encyclopédie* de Diderot (cuyo primer tomo apareció en 1751) fue prohibida e incluida en el Índice en 1759, con el argumento de que escondía una conspiración para destruir la religión y debilitar la autoridad del Estado. El papa Clemente XII llegó a decretar que todos los católicos que poseyeran ejemplares debían dárselos a un sacerdote para que los quemaran, so pena de excomuni3n. Pero a pesar de esta excomuni3n y del gran tama1o y el coste de la obra (28 volúmenes *infolio*, realizados aún a mano), se imprimieron, entre 1751 y 1789, cerca de 24.000 copias de la *Encyclopédie*, un número realmente colosal para la 3poca. El progreso de los ilustrados fue incontenible. Y si no debemos confundir nunca el instrumento con sus mensajes, los medios de comunicaci3n con los contenidos que comunican, el nexos es 3ste: sin el instrumento de la imprenta nos hubiéramos quedado sin *Encyclopédie* y, por tanto, sin Ilustraci3n. Volvamos a la instrumentalizaci3n. Incluso cuando un progreso tecnol3gico no suscita temores importantes, todo invento da lugar a previsiones sobre sus efectos, sobre las consecuencias que producirá. No es cierto que la tecnología de las comunicaciones haya suscitado previsiones catastr3ficas (más bien ha sucedido lo contrario); pero es verdad que con frecuencia, nuestras previsiones no han sido muy acertadas en este sentido: pues lo que ha sucedido no estaba previsto. Tomemos el caso de la invenci3n del telégrafo. El problema que nadie advirti3 a tiempo era que el telégrafo atribuía un formidable monopolio sobre las informaciones a quien instalaba primero los cables.

De hecho, en Estados Unidos, la Western Union (monopolio del servicio telegráfico) y la Associated Press (la primera agencia de noticias) se convirtieron en aliados naturales; y esta alianza prefabricaba, por así decirlo, los periódicos, porque era la Associated Press la que establecía cuáles eran las noticias que había que dar, y era la Western Union la que hacía llegar el noticiario a una velocidad increíble. De modo diligente e inesperado este problema se resolvió *eo ipso* por el teléfono: un cable más que, sin embargo, permitía a cada usuario comunicar lo que quería.

También la radio ha tenido efectos secundarios no previstos: por ejemplo, la «musicalización» de nuestra vida cotidiana (además del gran lanzamiento de deportes que podían ser «narrados», como el fútbol). ¿Y la televisión? Hemos llegado al punto importante.

Hasta la llegada de la televisión a mediados de nuestro siglo, la acción de «ver» del hombre se había desarrollado en dos direcciones: sabíamos engrandecer lo más pequeño (con el microscopio), y sabíamos ver a lo lejos (con el binóculo y aún más con el telescopio). Pero la televisión nos permite *verlo todo* sin tener que movernos: lo visible nos llega a casa, prácticamente gratis, desde cualquier lugar. Sin embargo no era suficiente. En pocas décadas el progreso tecnológico nos ha sumergido en la edad cibernética, desbancando —según dicen— a la televisión. En efecto hemos pasado, o estamos pasando, a una edad «multimedia» en la cual, como su nombre indica, los medios de comunicación son numerosos y la televisión ha dejado de ser la reina de esta multimedialidad. El nuevo soberano es ahora el ordenador. Porque el ordenador (y con él la digitalización de todos los medios) no sólo unifica la palabra, el sonido y las imágenes, sino que además introduce en los «visibles» realidades simuladas, realidades virtuales.

Pero no acumulemos demasiadas cosas. La diferencia en la que debemos detenernos es que los medios visibles en cuestión son dos, y que son muy diferentes. La televisión nos muestra imágenes de *cosas reales*, es fotografía y cinematografía de lo que existe. Por el contrario, el ordenador cibernético (para condensar la idea en dos palabras) nos enseña imágenes *imaginarias*. La llamada realidad virtual es una *irrealidad* que se ha creado 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.

2. EL VIDEO NIÑO

Así pues, el cambio de agujas se ha producido por el hecho de informarse *viendo*. Este cambio empieza con la televisión. Por tanto, comienzo también yo por tele-ver. Sean cuales sean los desarrollos virtuales del vídeo-ver posteriores a la televisión (*vid. mfra*, págs. 53 y sigs.), es la televisión la que modifica primero, y fundamentalmente, la naturaleza misma de la comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen. La diferencia es radical. La palabra es un «símbolo» que se resuelve en lo que significa, en lo que nos hace entender. Y entendemos la palabra sólo si podemos, es decir, si conocemos la lengua a la que pertenece; en caso contrario, es letra muerta, un signo o un sonido cualquiera. Por el contrario, la imagen es pura y simple representación visual.

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

