

Giovanni Sartori (1998).
*Homo Videns, la sociedad
teledirigida*, Taurus, Madrid.

3

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 video-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 tele-ver 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 apo-

ya sobre los frágiles hombros del «vídeo-niño»: un no-vísimo 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 preponderancia de lo visible sobre lo inteligible, lo cual nos lleva a un ver sin entender. Y es ésta la premisa fundamental con la cual examino sucesivamente la *vídeo-política*, y el poder político de la televisión. Pero a lo largo de este recorrido mi atención se concentra en la *paidéia*, 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. Es-

pero 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 *homo sapiens*. Los críticos han contrapuesto a esta tesis de fondo un *fin de non recevoir*, 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 autodestruye, 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.

Nueva York, enero de 1998.

HOMO VIDENS

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, págs. 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 ¹.

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. El len-

¹ 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.

guaje no es sólo un instrumento del comunicar, sino también del pensar ². 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 (*cf.* 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» ³. Al mismo tiempo, desde mediados

² Es una tesis que desarrollo en *La política* (1979), especialmente en las págs. 23-26, donde afirmo que pensar es «onomatología», *logos* construido en palabras y mediante palabras.

³ Obsérvese que también el periódico se componía manualmente hasta la invención de la linotipia (que fundía los caracteres en plomo

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 televisión⁴.

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

líquido) que no se produjo hasta 1884, y que permitía componer 6.000 caracteres por hora (frente a los 1.400 de la composición a mano).

⁴ 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.

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*.

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 de 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 imparable, 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 previsiones⁵. Cuando apareció el

⁵ Entre las escasas voces contrarias, recuerdo a Squarciafico, un literato, que se oponía a la cantidad de libros que se podían hacer

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 cultura⁶.

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 excomunión. Pero a pesar de esta excomunión y del gran tamaño y el coste de la obra (28 volúmenes *in folio*, realizados aún a mano), se imprimieron, entre 1751 y 1789, cerca de 24.000 copias de la *Encyclopédie*, un número realmente colosal para la época. El progreso de los ilustrados fue incontenible. Y si no debemos confundir nunca el instrumento con sus mensajes, los me-

con la imprenta porque debilitaba la memoria y la mente. En aquel momento, esta objeción no tuvo fuerza alguna. Pero hoy está adquiriendo la forma de una verdad.

⁶ Hubo algunas reservas sobre los periódicos. Y no sin razón, ya que a finales del siglo XVIII y durante el XIX numerosos periódicos eran realmente simples «papeluchos». Cuando Thomas Jefferson finalizó su experiencia como presidente de Estados Unidos, le escribió estas palabras a un amigo: «No podemos creer nada de lo que se lee en un periódico. La misma noción de verdad resulta sospechosa cuando está inmersa en ese transmisor de polución». También hoy los llamados *tabloides* no contienen información alguna digna de ese nombre.

dios de comunicación con los contenidos que comunican, el nexo es éste: sin el instrumento de la imprenta nos hubiéramos quedado sin *Encyclopédie* y, por tanto, sin Ilustración.

Volvamos a la instrumentalización. Incluso cuando un progreso tecnológico 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 catastróficas (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 invención del telégrafo. El problema que nadie advirtió 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 enseguida 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 desarro-

lado 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 ⁷, 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 ⁸. 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

⁷ El término cibernética fue acuñado por Norbert Wiener para denominar el «control y la comunicación en el animal y en la máquina» (es el título de su libro de 1948). Esencialmente, la cibernética de Wiener trata de los «mensajes de órdenes» que el hombre da a la máquina, pero también los que la máquina da a la máquina y los que ésta le devuelve al hombre. El significado etimológico de cibernética es «arte del piloto»; pero los pilotos en cuestión son ahora los circuitos de órdenes y de control en las máquinas electrónicas.

⁸ Por multimedialidad se entiende conceptualmente la unificación en un solo medio de la palabra escrita y hablada, además del sonido y la imagen.

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.

3. EL VÍDEO-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. infra*, 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. La imagen se ve y eso es suficiente; y para verla basta con poseer el sentido de la vista, basta con no ser ciegos. La imagen no se ve en chino, árabe o inglés; como ya he dicho, se ve y es suficiente.

Está claro, pues, que el caso de la televisión no puede ser tratado por analogía, es decir, como si la televisión fuera una prolongación y una mera ampliación de

los instrumentos de comunicación que la han precedido. Con la televisión, nos aventuramos en una novedad radicalmente nueva. La televisión no es un anexo; es sobre todo una sustitución que modifica sustancialmente la relación entre entender y ver. Hasta hoy día, el mundo, los acontecimientos del mundo, se nos relataban (por escrito); actualmente se nos muestran, y el relato (su explicación) está prácticamente sólo en función de las imágenes que aparecen en la pantalla.

Si esto es verdad, podemos deducir que la televisión está produciendo una permutación, una metamorfosis, que revierte en la naturaleza misma del *homo sapiens*. La televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paideía*⁹, un instrumento «antropogénico», un *medium* que genera un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano.

Ésta es la tesis, o si se prefiere la hipótesis, en la que se centra todo el libro, y sobre la cual obviamente volveré con frecuencia. Una tesis que se fundamenta, como premisa, en el puro y simple hecho de que nuestros niños ven la televisión durante horas y horas, antes de aprender a leer y escribir¹⁰.

⁹ *Paideía*, de origen griego, denomina el proceso de formación del adolescente (*país, paidós*). En su ya clásico estudio Werner Jaeger (1946) extiende el significado del término a toda la formación del hombre.

¹⁰ La televisión sustituye a la *baby sitter* (es ella la primera en encender la televisión) y, por tanto, el niño empieza a ver programas para adultos a los tres años. Según una reciente investigación del ISTAT (Istituto Centrale di Statistica), en Italia el 95 por ciento de los niños entre los tres y los diez años —son casi cuatro millones y medio— ven la televisión casi todos los días. Otros datos indican que los niños italianos entre los cuatro y los siete años ven la televisión durante dos horas y media al día (con un 19 por ciento que llega incluso a las cinco o seis horas cotidianas). En Estados Unidos la media asciende a

Curiosamente, se ataca esta exposición porque sobre todo (según se dice) habitúa al niño a la violencia, y lo hace de adulto más violento¹¹. Digo curiosamente porque aquí un detalle del problema lo sustituye y esconde. El argumento de que un niño de menos de tres años no entiende lo que está viendo y, por tanto, «absorbe» con más razón la violencia como un modelo excitante y tal vez triunfador de vida adulta, seguramente es cierto, ¿pero por qué limitarlo a la violencia? Por encima de todo, 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 hecho de ver. En esta *paideía*, la predisposición a la violencia es, decía, sólo un detalle del problema. El problema es que el niño es una esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve (ya que no posee aún capacidad de discriminación). Por el contrario, desde el otro punto de vista, 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.

«Al principio fue la palabra»: así dice el Evangelio de Juan. Hoy se tendría que decir que «al principio fue la imagen». Y con la imagen que destrona a la palabra se asedia a una cultura juvenil descrita perfectamente por Alberoni (1997):

tres horas al día para los niños que no van aún a la escuela y a cinco horas diarias para los muchachos entre seis y doce años.

¹¹ Según los cálculos de un profesor americano, si no hubiera televisión en Estados Unidos habría 10.000 asesinatos y 700.000 agresiones menos al año. El cálculo tal vez no sea de fiar, pero esta influencia es real. Sobre televisión y violencia *vid.* Salerno, 1996.

Los jóvenes caminan en el mundo adulto de la escuela, del Estado [...] de la profesión como clandestinos. En la escuela, escuchan perezosamente lecciones [...] que enseguida olvidan. No leen periódicos [...]. Se parapetan en su habitación con carteles de sus héroes, ven sus propios espectáculos, caminan por la calle inmersos en su música. Despiertan sólo cuando se encuentran en la discoteca por la noche, que es el momento en el que, por fin, saborean la ebriedad de apiñarse unos con otros, la fortuna de existir como un único cuerpo colectivo danzante ¹².

No podría describir mejor al vídeo-niño, es decir, el niño que ha crecido ante un televisor. ¿Este niño se convierte algún día en adulto? Naturalmente que sí, a la fuerza. Pero se trata siempre de un adulto sordo de por vida a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita. Los estímulos ante los cuales responde cuando es adulto son casi exclusivamente audiovisuales. Por tanto, el vídeo-niño no crece mucho más. A los treinta años es un adulto empobrecido, educado por el mensaje: «la cultura, qué rollazo», de Ambra Angiolini (*l'enfant prodige* que animaba las vacaciones televisivas), es, pues, un adulto marcado durante toda su vida por una atrofia cultural.

El término cultura posee dos significados. En su acepción antropológica y sociológica quiere decir que todo ser humano vive en la esfera de su cultura. Si el hombre es, como es, un animal simbólico, de ello deriva *eo ipso*

¹² El nexo entre cultura juvenil y música rock lo ha explicado con gran agudeza Allan Bloom (1987, págs. 68-81), que observa que «con el rock, el hecho de estar reunidos consiste en la ilusión de tener sensaciones comunes, el contacto físico y las fórmulas emitidas a las que se les supone un significado que supera la palabra» (pág. 75).

que vive en un contexto coordinado de valores, creencias, conceptos y, en definitiva, de simbolizaciones que constituyen la cultura. Así pues, en esta acepción genérica también el hombre primitivo o el analfabeto poseen cultura. Y es en este sentido en el que hoy hablamos, por ejemplo, de una cultura del ocio, una cultura de la imagen y una cultura juvenil. Pero cultura es además sinónimo de «saber»: una persona culta es una persona *que sabe*, que ha hecho buenas lecturas o que, en todo caso, está bien informada. En esta acepción restringida y apreciativa, la cultura es de los «cultos», no de los ignorantes. Y éste es el sentido que nos permite hablar (sin contradicciones) de una «cultura de la incultura» y asimismo de atrofia y pobreza cultural.

Es cierto que «las sociedades siempre han sido plasmadas por la naturaleza de los medios de comunicación mediante los cuales comunican más que por el contenido de la comunicación. El alfabeto, por ejemplo, es una tecnología absorbida por el niño [...] mediante ósmosis, por llamarlo así» (McLuhan y Fiore, 1967, pág. 1). Pero no es verdad que «el alfabeto y la prensa hayan promovido un proceso de fragmentación, de especialización y de alejamiento [mientras que] la tecnología electrónica promueve la unificación y la inmersión» (*ibidem.*) Si acaso es verdad lo contrario ¹³. Ni siquiera estas consideraciones pueden demostrar superioridad alguna de la cultura audio-visual sobre la cultura escrita.

¹³ Sobre todo cuando se llega (*vid. infra*, págs. 53-61) a la descomposición digital (binaria) de los mensajes. Porque la digitalización es un formidable instrumento de descomposición-recomposición que realmente fragmenta todo. Para el hombre «digigeneracional» (el hombre de cultura digital) ya no existe una realidad que «se sostenga». Para él cualquier conjunto de cosas puede ser manipulado y mezclado *ad libitum*, a su gusto, de miles de formas.

El mensaje con el cual la nueva cultura se recomienda y se auto-elogia es que la cultura del libro es de unos pocos —es elitista—, mientras que la cultura audio-visual es de la mayoría. Pero el número de beneficiarios —sean minoría o mayoría— no altera la naturaleza ni el valor de una cultura. Y si el coste de una cultura de todos es el desclasamiento en una subcultura que es además —cualitativamente— «incultura» (ignorancia cultural), entonces la operación representa solamente una pérdida. ¿Es tal vez mejor que todos seamos incultos a que haya unos pocos cultos? ¿Queremos una cultura en la que nadie sepa nada? En definitiva, si el maestro sabe más que el alumno, tenemos que matar al maestro; y el que no razona de este modo es un elitista. Esta es la lógica de quien carece de lógica.

- 2 argumentos*
- Una cosa es el acceso de percepción - si
 - otra es una abstracción cultural ?
 - la tv vista como medio interactivo

4. PROGRESOS Y REGRESIONES

Damos por descontado que todo progreso tecnológico es, por definición, un progreso. Sí y no. Depende de qué entendamos por progreso. Por sí mismo, progresar es sólo «ir hacia delante» y esto comporta un crecimiento. Y no está claro que este aumento tenga que ser positivo. También de un tumor podemos decir que crece, y en este caso lo que aumenta es un mal, una enfermedad. En numerosos contextos, pues, la noción de progreso es neutra. Pero con respecto a la progresión de la historia, la noción de progreso es positiva. Para la Ilustración, y aún hoy para nosotros, progreso significa un crecimiento de la civilización, un avance hacia algo mejor, es decir, una mejoría. Y cuando la televisión se define como un progreso, se sobreentiende que se trata de un crecimiento «bueno».

Però atención: aquí no estamos hablando del progreso de la televisión (de su crecimiento), sino de una televisión que produce progreso. Y una segunda advertencia: una mejora que sea sólo cuantitativa no es por sí misma una mejora; es solamente una extensión, un mayor tamaño o penetración. El progreso de una epidemia y, por tanto, su difusión, no es —por así decirlo— un

progreso que ayuda al progreso. La advertencia es, pues, que un aumento cuantitativo no mejora nada si no está acompañado de un progreso sustancial. Lo que equivale a decir que un aumento cuantitativo no es un progreso cualitativo y, por tanto, un progreso en sentido positivo y apreciativo del término. Y mientras que un progreso cualitativo puede prescindir del aumento cuantitativo (es decir, quedar en el ámbito de lo poco numeroso), lo contrario no es cierto: la difusión en extensión de algo se considera progreso sólo si el contenido de esa difusión es positivo, o al menos no da pérdidas, si no está ya en pérdidas.

Una vez aclarada esta premisa, la pregunta es: ¿en qué sentido la televisión es «progresiva», en cuanto que mejora un estado de cosas ya preexistentes? Es una pregunta a la que debemos responder haciendo una distinción. La televisión beneficia y perjudica, ayuda y hace daño. No debe ser exaltada en bloque, pero tampoco puede ser condenada indiscriminadamente.

En líneas generales (lo iremos viendo detalladamente) es cierto que la televisión entretiene y divierte: el *homo ludens*, el hombre como animal que goza, que le encanta jugar, nunca ha estado tan satisfecho y gratificado en toda su historia. Pero este dato positivo concierne a la «televisión espectáculo». No obstante, si la televisión transforma todo en espectáculo, entonces la valoración cambia.

Una segunda generalización: es verdad que la televisión «estimula». En parte ya lo ha hecho la radio; pero el efecto estimulante de la televisión es dinámico y diferente. Despertar con la palabra (la radio) es algo insignificante respecto a un despertar producido por la visión de todo el mundo, lo que, en potencia, podemos ver en cualquier casa. Hasta el siglo xx, las tres cuartas

partes de los seres vivos estaban aislados y adormecidos en sus pueblos (como máximo en pequeñas ciudades). Ahora a todos nosotros, casi seis mil millones de personas, nos despiertan o nos pueden despertar. Es un movimiento colosal, del cual aún no podemos sopesar el impresionante impacto. De momento, en cualquier caso, es seguro que un despertar es apertura hacia el progreso en la acepción ilustrada del término. Pero por el contrario, es también seguro que frente a estos progresos hay una regresión fundamental: el empobrecimiento de la capacidad de entender.

5. EL EMPOBRECIMIENTO DE LA CAPACIDAD DE ENTENDER

El *homo sapiens*—volvemos a él— debe todo su saber y todo el avance 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 con los nombres propios y con las «palabras concretas» (lo digo de este modo para que la exposición sea más simple), es decir, palabras como casa, cama, mesa, carne, automóvil, gato, mujer, etcétera, nuestro vocabulario de orden práctico¹⁴.

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. Ciudad es todavía algo que podemos «ver»; pero no nos es posi-

¹⁴ En lógica a las palabras concretas se les llama «denotativas»: palabras que existen para cosas (observables) que denotan. El contenido signifiante de las palabras es, en cambio, su «connotación». La reformulación técnica de la cuestión es que todas las palabras connotan, pero que no todas las palabras denotan.

ble ver nación, Estado, soberanía, democracia, representación, burocracia, etcétera; son conceptos abstractos elaborados por procesos mentales de abstracción que están contruidos por nuestra mente como entidades. Los conceptos de justicia, legitimidad, legalidad, libertad, igualdad, derecho (y derechos) son asimismo abstracciones «no visibles». Y aún hay más, palabras como paro, inteligencia, felicidad son también palabras abstractas. Y 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. Los llamados primitivos son tales porque —fábulas aparte— en su lenguaje destacan palabras concretas: lo cual garantiza la comunicación, pero escasa capacidad científico-cognoscitiva. Y de hecho, durante milenios los primitivos no se movieron de sus pequeñas aldeas y organizaciones tribales. Por el contrario, los pueblos se consideran avanzados porque han adquirido un lenguaje abstracto —que es además un lenguaje construido en la lógica— que permite el conocimiento analítico-científico.

Algunas palabras abstractas —algunas, no todas— son en cierto modo traducibles en imágenes, pero se trata siempre de traducciones que son sólo un sucedáneo infiel y empobrecido del concepto que intentan «visibilizar». Por ejemplo, el desempleo se traduce en la imagen del desempleado; la felicidad en la fotografía de un rostro que expresa alegría; la libertad nos remite a una persona que sale de la cárcel. Incluso podemos ilustrar la palabra igualdad mostrando dos pelotas de billar y diciendo: «he aquí objetos iguales», o bien representar la palabra inteligencia mediante la imagen

de un cerebro. Sin embargo, todo ello son sólo distorsiones de esos conceptos en cuestión; y las posibles traducciones que he sugerido no traducen prácticamente nada. La imagen de un hombre sin trabajo no nos lleva a comprender en modo alguno la causa del desempleo y cómo resolverlo. De igual manera, el hecho de mostrar a un detenido que abandona la cárcel no nos explica la libertad, al igual que la figura de un pobre no nos explica la pobreza, ni la imagen de un enfermo nos hace entender qué es la enfermedad. Así pues, en síntesis, todo el saber del *homo sapiens* se desarrolla en la esfera de un *mundus intelligibilis* (de conceptos y de concepciones mentales) que no es en modo alguno el *mundus sensibilis*, el mundo percibido por nuestros sentidos. Y la cuestión es ésta: la televisión 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 televisión produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender¹⁵.

Para el sensismo (una doctrina epistemológica abandonada por todo el mundo, desde hace tiempo) las ideas son calcos derivados de las experiencias sensibles. Pero es al revés. La idea, escribía Kant, es «un concepto necesario de la razón al cual no puede ser dado en los sentidos ningún objeto adecuado (*kongruirender Gegenstand*)»¹⁶. Por tanto, lo que nosotros vemos o percibimos concreta-

¹⁵ Gad Lerner (1997) escribe que «reconocer la llegada de la imagen televisiva modifica la capacidad de abstracción, no implica que la bloquee». Tal vez no, pero me gustaría disponer de un ejemplo concreto. ¿Cuáles son las abstracciones alternativas del saber analítico-científico que funda la civilización occidental y su tecnología?

¹⁶ *Crítica de la razón pura, Dialéctica trascendental*, libro I, par. 2.

mente no produce «ideas», pero se insiere en ideas (o conceptos) que lo encuadran y lo «significan»¹⁷. Y éste es el proceso que se atrofia cuando el *homo sapiens* es suplantado por el *homo videns*. En este último, el lenguaje conceptual (abstracto) es sustituido por el lenguaje perceptivo (concreto) que es infinitamente más pobre: más pobre no sólo en cuanto a palabras (al número de palabras), sino sobre todo en cuanto a la riqueza de significado, es decir, de capacidad connotativa.

¹⁷ Sobre esta premisa ha sido elaborada sucesivamente la «psicología de la forma» (*Gestalt*) de la cual hemos aprendido —experimentalmente— que nuestras percepciones no son nunca reflejos o calcos inmediatos de lo que observamos, sino reconstrucciones mentales «enmarcadas» de lo observado.

6. CONTRA-DEDUCCIONES

La acusación es grave. Y uno de mis intentos de exponerla en toda su gravedad es ver de qué modo los acusados —sean vídeo-defensores o multimedialistas— la saben rebatir.

La respuesta ritual es que todo hallazgo tecnológico se ha topado con inquisidores que siempre se han equivocado. Pero ya hemos visto que esta respuesta es falsa¹⁸. ¿Quién maldijo el invento de la imprenta? ¿Quién ha condenado el telégrafo y el teléfono? La invención de la radio deslumbró a todos. Responder invocando a inexistentes satanizadores es, pues, una respuesta vacía que evade el problema propuesto.

¹⁸ Si ha habido errores de previsión clamorosos, éstos no han sido errores en cuanto a la condena, sino en cuanto a lo factible de los hechos. Por ejemplo, Poincaré, gran físico francés, consideraba imposible en 1905 que las ondas de radio se propagaran más allá de 300 kilómetros, exactamente mientras Marconi estaba a punto de enviar su señal de radio desde Cornualles en Inglaterra hasta Terranova, en Canadá. También Herz, el descubridor de las ondas de la radio, negó durante toda su vida la posibilidad de un teléfono sin cables. Pero éstos son errores de previsión técnica, no de catastrofismo.

Una segunda respuesta es que lo inevitable es aceptado. Estoy de acuerdo: la llegada de la televisión y después de la tecnología multimedia es absolutamente inevitable. Pero por el hecho de ser inevitable no debe aceptarse a ciegas. Una de las consecuencias imprevistas de la sociedad industrial ha sido la polución, la intoxicación del aire y del ambiente. Y la polución es algo inevitable que estamos combatiendo. Del mismo modo, el desarrollo de la era nuclear trajo como consecuencia la bomba atómica que puede exterminarnos a todos, y esto fue inevitable; a pesar de ello, numerosas personas están en contra de la producción de energía nuclear, y todos temen e intentan impedir el uso bélico del átomo y de la bomba de hidrógeno. El progreso tecnológico no se puede detener, pero no por ello se nos puede escapar de las manos, ni debemos darnos por vencidos negligentemente.

Una tercera respuesta —la verdaderamente seria— es que palabra e imagen no se contraponen. Contrariamente a cuanto vengo afirmando, entender mediante conceptos y entender a través de la vista se combinan en una «suma positiva», reforzándose o al menos integrándose el uno en el otro. Así pues, la tesis es que el hombre que lee y el hombre que ve, la cultura escrita y la cultura audio-visual, dan lugar a una síntesis armoniosa. A ello respondo que si fuera así, sería perfecto. La solución del problema debemos buscarla en alguna síntesis armónica. Aunque de momento los hechos desmienten, de modo palpable, que el hombre que lee y el *homo videns* se estén integrando en una suma positiva. La relación entre los dos —de hecho— es una «suma negativa» (como un juego en el cual pierden todos).

El dato de fondo es el siguiente: el hombre que lee está decayendo rápidamente, bien se trate del lector

de libros como del lector de periódicos. En España como en Italia, un adulto de cada dos no lee ni siquiera un libro al año. En Estados Unidos, entre 1970 y 1993, los diarios perdieron casi una cuarta parte de sus lectores. Por más que se quiera afirmar que la culpa de este veloz descenso es la mala calidad o la equivocada adaptación de los periódicos a la competencia televisiva, esta explicación no es suficientemente aclaratoria. Nos lo aclara más profundamente el hecho de constatar que si en Estados Unidos la sesión televisiva de los núcleos familiares ha crecido de las tres horas al día en 1954 a más de siete horas diarias en 1994, quiere decir que después del trabajo no queda tiempo para nada más. Siete horas de televisión, más nueve horas de trabajo (incluyendo los trayectos), más seis o siete horas para dormir, asearse y comer, suman veinticuatro horas: la jornada está completa.

Cuentas aparte, tenemos el hecho de que la imagen no da, por sí misma, casi ninguna inteligibilidad. La imagen debe ser explicada; y la explicación que se da de ella en la televisión es insuficiente. Si en un futuro existiera una televisión que explicara mejor (mucho mejor), entonces el discurso sobre una integración positiva entre *homo sapiens* y *homo videns* se podrá reanudar. Pero por el momento, es verdad que no hay integración, sino sustracción y que, por tanto, el acto de ver está atrofiando la capacidad de entender.

Una cuarta respuesta es que —aun admitiendo que el acto de ver empobrece el entendimiento— este empobrecimiento está ampliamente compensado por la difusión del mensaje televisivo y por su accesibilidad a la mayoría. Para los triunfalistas de los nuevos medios de comunicación el saber mediante conceptos es elitista, mientras que el saber por imágenes es democrático. Pero este elogio es impúdico y tramposo, como aclararé

a continuación. Y ya he explicado que un progreso que es sólo cuantitativo y que comporta una regresión cualitativa no constituye un avance en la acepción positiva del término. Por tanto, la conclusión vuelve a ser que un «conocimiento mediante imágenes» no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y que, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo.

Una última respuesta posible es aceptar que las críticas aquí formuladas son justas para la televisión, pero que no lo son para el naciente mundo multimedial. Pasaremos a analizar esto a continuación.

7. INTERNET Y «CIBERNAVEGACIÓN»

¿Está, o estará, superada la televisión? Cuando hace apenas cincuenta años de su aparición, la televisión ya ha sido declarada obsoleta. Las nuevas fronteras son Internet y el ciberespacio, y el nuevo lema es «ser digitales». El salto es grande y la diferencia es ésta: que el televisor es un instrumento monovalente que recibe imágenes con un espectador pasivo que lo mira, mientras que el mundo multimedia es un mundo interactivo (y, por tanto, de usuarios activos) y polivalente (de múltiple utilización) cuya máquina es un ordenador que recibe y transmite mensajes digitalizados.

Entonces, ¿está superada la televisión? Si la comparación se establece entre máquinas, entonces la máquina superior es, sin duda alguna, el ordenador. Además, el ordenador es una máquina mediante la cual pensamos, y que modifica nuestro modo de pensar, lo que no significa que el hombre común se abalanzará sobre el ordenador personal abandonando el tele-ver. Así como la radio no ha sido anulada por el televisor, no hay razón para suponer que la televisión será anulada por Internet. Ya que estos instrumentos ofrecen productos diferentes, está claro que pueden estar al lado el uno

del otro. No se trata, pues, de superación, sino de protagonismo.

Internet, la «red de las redes» es un prodigioso instrumento multitarea: transmite imágenes, pero también texto escrito; abre al diálogo entre los usuarios que se buscan entre ellos e interactúan; y permite una profundización prácticamente ilimitada en cualquier curiosidad (es como una biblioteca universal, conectada por diferentes mecanismos). Para orientarse entre tanta abundancia, distingamos tres posibilidades de empleo: 1) una utilización estrictamente práctica, 2) una utilización para el entretenimiento, y 3) una utilización educativo-cultural. Sobre el uso de Internet para administrar nuestros asuntos y servicios, la previsión es indudable: los chicos y chicas de hoy serán todos en el futuro «cibernautas prácticos». Las dudas aparecen en cuanto a los restantes usos.

Si Internet es entretenimiento y se utiliza como entretenimiento, entonces ya no es tan seguro que venza a la televisión. El punto débil de la televisión que conocemos es que «generaliza», en el sentido de que no proporciona productos suficientemente diferenciados «vía éter». La televisión debe ofrecer productos de masa, productos que lleguen a un público muy numeroso (y al que presenten numerosos anuncios publicitarios). Por el contrario, Internet proporciona productos a medida de diferentes intereses. Pero también la televisión se está fragmentando —por cable o vía satélite— en centenares de canales dirigidos a audiencias concretas. Al especializarse de este modo, la televisión cubrirá también nichos que resultarán competitivos con los nichos de los cibernautas¹⁹.

¹⁹ Ésta es la transformación del *broadcasting*, un *casting* «amplio», en el *narrowcasting*, un *casting* «estrecho». Inicialmente, fue la radio la

Por tanto, en la medida en que Internet es una diversión, un entretenimiento, la televisión resultará vencedora entre los «perezosos» o las personas cansadas que prefieran el acto de mirar, mientras que Internet triunfará entre los «activos», los que quieran dialogar y buscar. Sin embargo, el hecho de que la cantidad de amantes de la televisión sea superior o inferior al número de red-dependientes, me induce sólo a observar que cada uno se entretiene a su modo.

El problema es si Internet producirá o no un crecimiento cultural. En teoría debería ser así, pues el que busca conocimiento en Internet, lo encuentra. La cuestión es qué número de personas utilizarán Internet como instrumento de conocimiento. El obstáculo, durante este largo camino, es que el niño de tres o cuatro años se inicia con la televisión. Por tanto, cuando llega a Internet su interés cognoscitivo no está sensibilizado para la abstracción. Y ya que sin capacidad de abstracción no se alcanza el *mundus intelligibilis*, es muy probable que el saber almacenado en la red permanezca inutilizado durante un largo tiempo. Decía que, en teoría, Internet debería estimular el crecimiento cultural. Pero en la práctica puede suceder lo contrario, desde el momento en que el *homo videns* ya está formado cuando se enfrenta a la red. Sin duda, Internet nos puede ayudar a salir del aislamiento del *mundus sensibilis*, pero ¿cuántos lograrán esto?

En líneas generales, estoy de acuerdo con Sergio Lepri, que afirma que «Internet es un gran mar donde navegar es apasionante [...] pero un mar que, después de una pequeña travesía de algunos días, preferimos con-

que se defendió de la televisión con el *narrowcasting*; ahora el proceso se repite con la televisión.

templarlo sin movernos del puerto» (1996, pág. 22). Como instrumento práctico, como un paseo a un mercadillo callejero o como un recorrido por nuestros más variados *hobbies*, Internet tiene un porvenir revolucionario²⁰. Como instrumento cultural, de crecimiento de nuestra cultura, preveo que tiene un futuro modesto. Los verdaderos estudiosos seguirán leyendo libros²¹, sirviéndose de Internet para completar datos, para las bibliografías y la información que anteriormente encontraban en los diccionarios; pero dudo que se enamoren de la red.

Observa Furio Colombo: «El Edén de la red está al otro lado de una cancela que se está abriendo [...] solamente para unos pocos [...]. Diferentes jerarquías de cerebros manejarán los ordenadores, jugarán y experimentarán con ellos. Para los excluidos queda el juego interactivo [...] para llenar un inmenso tiempo libre» (1995, pág. 16). Ya aquí debemos llamar la atención: los «pocos» de Furio Colombo no son hombres de cultura; son más bien adictos a su trabajo, los nuevos señores de los medios de comunicación y de la nueva nomenclatura del mundo de los ordenadores. Para el hombre de cultura, la salvación no consiste en traspasar la can-

²⁰ Actualmente, la megarred informática se utiliza en América durante 130 millones de horas a la semana, las mismas horas que se destinan a la televisión. Pero, precisamente, la mayor parte de este tráfico es comercial y para llevar a cabo pequeñas cuestiones de orden práctico.

²¹ «No podremos prescindir de los libros», observa con gran sensatez Umberto Eco. «Si me conecto a Internet y voy al programa Gutenberg puedo hacerme con toda la obra de Shakespeare. ¿Pero por qué tendría que saturar el ordenador con una masa de bites [...] y luego esperar dos semanas para poder imprimirlo, cuando por 5 dólares [...] puedo comprar la edición de Penguin?» (1996, pág. 17).

cela que lleva al Edén de la red, sino más bien la cancela que lo protege de la avalancha de mensajes. Porque el individuo se puede asfixiar en Internet y por Internet. Disponer de demasiada oferta hace estallar la oferta; y si estamos inundados de mensajes, podemos llegar a ahogarnos en ellos.

Afirmo de nuevo que las posibilidades de Internet son infinitas, para bien y para mal. Son y serán positivas cuando el usuario utilice el instrumento para adquirir información y conocimientos, es decir, cuando se mueva por genuinos intereses intelectuales, por el deseo de saber y de entender. Pero la mayoría de los usuarios de Internet no es, y preveo que no será, de esta clase. La *paidèia* del vídeo hará pasar a Internet a analfabetos culturales que rápidamente olvidarán lo poco que aprendieron en la escuela y, por tanto, analfabetos culturales que matarán su tiempo libre en Internet, en compañía de «almas gemelas» deportivas, eróticas, o de pequeños *hobbies*. Para este tipo de usuario, Internet es sobre todo un *terrific way to waste time*, un espléndido modo de perder el tiempo, invirtiéndolo en futilidades²². Se pensará que esto no tiene nada de malo. Es verdad, pero tampoco hay nada bueno. Y, por supuesto, no representa progreso alguno, sino todo lo contrario²³.

Pero el objetivo final no es Internet; es el «cibermundo» profetizado y promovido, más que por cualquier

²² La frase en inglés es de Clifford Stoll (1996), un astrónomo de Berkeley experto en seguridad de los ordenadores, que después de años de Internet-manía ahora declara que Internet no es otra cosa que «un tejido impalpable elaborado con nada» y un miserable sustituto de la vida física. Como es evidente, Stoll ha dejado de usar el teclado y el ratón. Esto le puede suceder a muchas personas.

²³ Arbasino (1995-1996, pág. 74) se pregunta: «¿Las inmensas *autopistas* tan celebradas en las exaltaciones de Internet, además de una

otro autor, por Nicholas Negroponte. En su libro *El mundo digital* (1995), el nuevo paso del progreso se resume así: en el mundo digital, el que recibe puede elaborar la información «reseteándola» como quiera, con lo que el control formal sobre el mensaje se individualiza, se hace *suyo*. Consigue, así, una «cibernavegación» —muy visual y visualizada— en las llamadas realidades virtuales, en una casi infinita descomposición y recomposición (ensamblaje) de imágenes, formas y figuras²⁴.

No niego que la navegación en lo virtual —que es como decir en las simulaciones— puede ser enormemente estimulante. Los que proyectan formas aerodinámicas, por ejemplo, «simulan» desde hace muchas décadas; y tal vez el evangelio de Negroponte roba la idea —difundiéndola a millones de personas— a los especialistas que han empleado técnicas de simulación desde que disponen de procesadores. Sea como fuere, para los comunes mortales la navegación cibernética es sólo una especie de vídeo-juego. Y si toman esta navegación demasiado en serio, los cibernautas «comunes» corren el riesgo de perder el sentido de la realidad, es decir, los límites entre lo verdadero y lo falso, entre lo existente y lo imaginario. Para ellos todo se convierte en trampa y manipulación y todo puede ser manipulado y falseado. Pero como las realidades virtuales son juegos que no tienen probabilidades de convertirse en realidades materiales, el negropontismo puede llegar a ge-

gran masa de informaciones ventajosas, no transportan también una gran cantidad de necesidades que no son divertidas ni útiles?». La pregunta es retórica. La inundación de estupideces es evidente, e Internet en sí misma las multiplica de un modo increíble.

²⁴ El término técnico es *morphing*: una técnica que permite transformar sin límite alguno las formas y dimensiones de cualquier objeto.

nerar, en un extremo, un sentimiento de potencia alienado y frustrado, y en el extremo opuesto, un público de eternos niños soñadores que transcurren toda la vida en mundos imaginarios. La facilidad de la era digital representa la facilidad de la droga.

¿Terminaremos todos siendo «digigeneracionales»²⁵ y en el ciber mundo? Espero que no. Negroponte es realmente el aprendiz de brujo del *postpensamiento*. En el mundo que él promueve y elogia, es la máquina la que lo hace todo. Él finge que no es así contándonos que el mundo multimedia-cibernético es un mundo gobernado por una «lógica circular» sin centro alguno (ya no es un mundo gobernado por una lógica lineal y de concatenación causal).

Suena bien, pero no significa nada. Porque «lógica circular» es sólo una metáfora, pero como lógica no existe. La lógica establece las reglas del pensamiento correcto (que si acaso son reglas de concatenación deductiva, no de concatenación causal); y la noción de centro pertenece a la lógica cuando las nociones de derecha e izquierda pertenecen a las matemáticas. Por tanto, la «circularidad» de Negroponte evoca sólo un cúmulo de disparates²⁶. En uno de sus comentarios al «Infierno» de Dan-

²⁵ El término es de Luis Rossetto, otro gurú de la medialidad electrónica, y es una abreviación de *digital generation*, generación digital. Una generación (como escriben Calvo-Platero y Calamandrei, 1996, pág. 58) cuyo lenguaje «consiste en "hipertexto, comprensión de datos, amplitud de banda y bites"» y que se encuentra muy a gusto «en el mundo virtual, en ese mundo tridimensional creado por un ordenador en el que te mueves llevando una máscara y guantes especiales».

²⁶ Ferrarotti (1997, pág. 193) explica el ciberespacio de este modo: «es un espacio que permite la máxima articulación de mensajes y de inteligencia [...] La inteligencia colectiva que se desarrolla en el ciberespacio es un proceso de crecimiento que logra ser al mismo

te, T. S. Eliot lo describía como un lugar en el cual nada se conecta con nada. Con el mismo criterio la lógica circular es un infierno (lógico).

Esperanzas aparte, mi pronóstico es que la televisión seguirá siendo el centro —en detrimento de la cibernavegación y de sus sirenas— y esto se fundamenta, asimismo, en la consideración de que la televisión no tiene techo. En 1992 ya existían en el mundo un millón de millones de televisores. Si excluimos a los marginados y a los que realmente se mueren de hambre, la televisión cubre, adonde llega, casi el cien por cien de las casas. En cambio, para los demás inventos, hay un techo. Internet produce saturación ²⁷, y «ver pasivamente» es más fácil y más cómodo que el acto de «ver activamente» de las navegaciones cibernéticas. Sin contar que, como ya he explicado, la televisión nos muestra una realidad que nos atañe de verdad, mientras que el ciberespacio nos enseña imágenes imaginarias. Vivir en el ciberespacio es como vivir sólo de *Star Trek* y de películas de ciencia ficción. ¿Todo el día y todos los días? Qué aburrido.

tiempo colectivo y diferenciado, general y específico [...] es una inteligencia distribuida por todo el mundo». La cuestión está en ese «permite». Es verdad que la cibernautica permite el «crecimiento» de una inteligencia articulada y difundida. Pero también permite el crecimiento de una difundida estupidez instalada en un magma indiferenciado. Las posibilidades son numerosas. Entre permitir y actuar está de por medio el mar. Y el concepto de lo posible (de Negroponte) que seduce a Ferrarotti a mí me parece enormemente improbable.

²⁷ Bien entendido, la Internet que produce saturación es la del diálogo interactivo. Ya he dicho que como instrumento de trabajo, Internet es utilísima. En su utilización práctica, Internet no se traduce en saturación, sino, por el contrario, supone simplificación de los problemas de la vida cotidiana.

Podría ser que mi previsión sobre el centralismo de la televisión resultara equivocada ²⁸. Es posible, por ejemplo, que yo infravalore la importancia de una comunicación activa e interactiva ²⁹. Incluso si es así, los problemas que he destacado siguen siendo los mismos. Por tanto, continúa siendo verdad que hacia finales del siglo xx, el *homo sapiens* ha entrado en crisis, una crisis de pérdida de conocimiento y de capacidad de saber.

²⁸ Tengo que dejar claro que esta cuestión es válida también en cuanto a la radio. El hecho de que una televisión deficiente, o un exceso de televisión, pueda aportar grandes grupos de público a la radio (como está sucediendo en Italia) no deja sin efecto el problema de la huella que puede dejar en el proceso de formación del niño.

²⁹ Tal vez porque las interacciones en la red son sólo un pálido sustituto de las interacciones cara a cara, es decir, de las interacciones primarias. Intercambiarse mensajes mediante un ordenador nos deja siempre solos ante un teclado.