

¿Del Homo-Sapiens al Homo-Videns? *

Videopolítica

por **Giovanni Sartori**

Trad: Ernesto Funes

Globalismo y localismo

La televisión está cambiando al hombre y está cambiando la política. Mi tema es, aquí, el poder político de la televisión, y por consiguiente la *video-política*; pero la video-política es sólo un desgajamiento de un video-poder más general, que es el poder de la imagen. Por lo tanto la video-política transforma a la política en el contexto más alto de un video-poder que está transformando en "hombre-vidente" al *homo sapiens* creado por la cultura escrita.

Ambos temas están entrelazados, y uno desemboca inevitablemente en el otro.

En Europa la video-política avanza, pero está aún obstaculizada por múltiples lazos. En los Estados Unidos la video-política se despliega, en cambio, en estado puro, estando la televisión enteramente privatizada, totalmente "en el mercado", altamente pluralista, muy poco regulada. En los Estados Unidos la video-política se despliega al máximo también porque no encuentra, como encuentra en Europa, el obstáculo de los partidos. No es sólo (como en Italia) que los partidos controlan la televisión del Estado; incluso donde no es así, los partidos europeos poseen en general la fuerza de canalizar el voto, sea

* El politólogo italiano Giovanni Sartori publicó este artículo en su Rivista Italiana di Scienza Política, en agosto de 1989. Fueron suprimidos los pasajes muy localistas o ya desactualizados..

Este documento ha sido descargado de <http://www.educ.ar>

porque son grandes organizaciones de masas, sea porque imprimen improntas ideológicas sobre sus electorados. En los Estados Unidos los partidos son, hoy por hoy, poco más que etiquetas.

Si jamás fueron partidos centralizados, actualmente son partidos pulverizados al total servicio, colegio por colegio, de los candidatos. No es el partido el que permite elegir al diputado o al senador, sino el candidato el que permite escoger al partido. En cuanto a la "impronta ideológica" (o canalización de tipo ideológico), ésta es en tanto medida débil como para tolerar un siempre creciente *ticket splitting*, el desdoblamiento del voto; republicano para la presidencia, demócrata para las cámaras. En verdad, en los Estados Unidos de partidocracia no existe ni siquiera la sombra.

La cuestión es ésta: al mermar el poder del partido como máquina organizativa autosustentada, como coagulante del voto popular, lo que queda es un espacio abierto en el cual el poder del video y la video-política se encuentran en amplias condiciones de propagarse sin tropezar con ningún contrapoder. Es el caso de los Estados Unidos. Por tanto, es allí más que en ningún otro país donde se registra la emergencia de una "nueva política", de la política *video plasmada*. El modo de hacer política está cambiando profundamente.

¿Cuál es la naturaleza de esta transformación? ¿Cuáles son, o serán, las consecuencias? Una primer consecuencia ya ha sido mencionada: el reforzamiento del localismo. Partamos de aquí, y veamos mejor.

El localismo del cual estoy hablando no es el normal "estar al servicio de la localidad" que siempre ha existido; es un nuevo *non possumus*, un no poder obrar de otro modo (so pena de derrota electoral). Se objetará que éste es, finalmente, auténtico demo-poder, mayor democracia. Conuerdo. Es difícil negar, en efecto, que la colegio-dependencia (*constituency-centered politics*) trasladada al gobierno más cerca del pueblo, activa la participación y, en suma, maximiza la democracia, cuanto menos la democracia de base.

Acercar la política al pueblo significa llevarla hacia las localidades en las cuales los ciudadanos viven concretamente; y el ciudadano "real" es una persona situada, situada donde trabaja, donde posee hogar, intereses, amigos. Con lo cual el localismo asienta su promoción, e incluso más, su propia legitimación, en la teoría participacio-

nista de la democracia. Esto no equivale a decir que el localismo resulta vencedor debido a sus propias credenciales

democráticas. Hoy se predica el globalismo", un mundo sin barreras, y el globalismo es negador del encierro localista. A la legitimación populista del localismo se opone por ende la idea-fuerza del globalismo. Si el localismo vence no será por fuerza propia, sino en virtud del sostén que le viene dado por el "ver" del video.

A primera vista esta última observación puede desconcertar. Que la televisión promueva la "mentalidad local" es una tesis que está en pugna con todo aquello que se dice siempre, acerca de que la TV elimina las barreras, destruye diafragmas, homogeiniza y "acerca".

Sí, pero las dos tesis no son mutuamente excluyentes. Coexisten, por ejemplo, en la "aldea global" de McLuhan. ¿Pero cómo? McLuhan fue un hombre de ilusiones bellas y osadas. A su entender, la aldea global es una "implosión" que intensifica al máximo la responsabilidad, que nos responsabiliza acerca de todo donde quiera que ocurra. Sobre todo esto nada sabemos. Según mi opinión, ello depende del contenido, del mensaje, no del *medium*, no del instrumento. Si la TV nos hace ver niños muriendo de hambre, nos responsabilizamos por salvarlos. Pero si la ponemos en manos de un descendiente de Hitler o de un Ayatollah Khomeini desencadena instintos de guerra, de destrucción y de odio. Sobre la "responsabilización" existirían, entonces, muchas dudas. Pero no tengo dudas acerca de la aldea global entendida como el globo que deviene aldea, o mejor, que se fragmenta en una miríada de "pequeñas patrias" y que se reformula en un "formato aldea". En teoría sostenemos que el estado-nación es hoy en día una unidad muy pequeña, obsoleta y a ser superada. Pero en las imágenes, esto es, en el video, el estado-nación es una unidad muy, muy grande: no es fotografiable. También la ciudad es una unidad muy grande, a la cual podemos, sí, "verla", pero sólo, a la distancia. En realidad, el mundo visto en imágenes es un mundo de primeros planos: un rostro, un grupo, una calle, alguna casa. La aldea es ya sólo un fondo, y ciertamente es la máxima unidad posible. La teoría reclama unidades supra-nacionales, pero el ojo ve sólo micro-unidades foto-aprehensibles.

Sobre la aldea estamos pues de acuerdo. ¿Pero en qué sentido la aldea es global? El tema se presta a muchas variaciones. Si "global" es entendido al pie de la letra, entonces el globo que tratamos de mostrar no es global en absoluto. Pero una interpretación más sutil de la globalidad sería que si nos proyectamos hacia todas partes nos quedamos "sin sentido de lugar". Este es el hilo finamente desenvuelto por Joshua Meyrowitz en *No Sense of Place*. Según Meyrowitz, la televisión instituye "comunidades discretas" y obrando de este modo "vuelve a cualquier causa o tema un objeto válido de interés y preocupación para cualquier miembro del público". De hecho no existe hoy en día causa, por exagerada o de cualquier modo secundaria que ella pudiera ser, que no pueda apasionar y conmover a públicos de todo el mundo.

Como fuere, el punto es cómo hacer para que "en todas partes" y "mi propio sitio", el intra y el extramuros, se combinen. Es verdad que la televisión homogeiniza gustos, estilos de vida, e incluso más

Pero ser homogéneos no nos vuelve *eo ipso* hermanos. Dado que estamos sensibilizados por las mismas cosas, pretendemos que la basura, las prisiones, la industria contaminante, sean trasladadas hacia otra localidad. A cualquier parte que se quiera; pero a nosotros no. Sobre esto no hay por qué escandalizarse, es debilidad, o vergüenza humana. La desgracia es que entre el "por todas partes" de miles de pequeños países, y la individualidad privilegiada de "mi lugar", quedan triturados los problemas y los intereses generales de la comunidad política (el estado-nación a otra) a la cual concretamente pertenecemos. Entre los dos extremos del *no place* y del *my place* se desvanece -cual una entidad abstracta- el bien común.

La falsa objetividad de la imagen

Pasemos al "global" que existe para "todo el mundo". En tal caso la aldea no es para nada global. El mundo que vemos por TV es sólo aquél en el que las empresas televisivas son libremente admitidas.

Pero en al menos la mitad del planeta (y la mía es una gran subestimación) la televisión no puede entrar, o bien las empresas televisivas no son libres de hablar, o existen sólo como instrumento (mono-

polístico) de propaganda. Lo cual no sólo quiere decir que la mitad del mundo *la fa franca* (elude el control televisivo), sino también que estamos inducidos a juzgar los casos del mundo con dos pesas y dos medidas, según parámetros distorsionados a injustos.

Se dirá: de acuerdo, los parámetros son injustos y dejamos afuera la mitad del mundo; pero aquella mitad que vemos, la vemos "objetivamente". El periodismo escrito puede mentir, el periodismo por imágenes no: la imagen es como es, y habla por sí misma.

No es verdad. Si existe la intención de distorsionar o mentir, la televisión lo consigue con una eficacia centuplicada. Tanto como para comenzar, en el periodismo por imágenes la distorsión es más fácil que nunca: bastan las tijeras. Entre cientos de imágenes ocurre que se escoge una sola. Si la seleccionada es tendenciosa incluso Greta Garbo perderá sus plumas y puede aparecer grotesca. Por otra parte, no es en absoluto cierto que las imágenes hablan solas. Se nos muestra un cadáver. ¿Quién lo mató? La imagen no lo dice, lo dice una voz, la voz de quien controla el micrófono. En fin, es la naturaleza misma de la imagen la que se presta casi Inevitablemente al engaño del "fuera de contexto". Quien recuerda la guerra de Vietnam recordará haber visto un coronel sudvietnamita disparar a la sien de un prisionero Vietcong. El verlo actuar así nos dejó a todos, en América y en Europa, horrorizados. Pero aquella imagen no permitía ver el resto de los similares cuerpos, horrendamente mutilados, de marines, mujeres y niños exterminados poco antes por el Vietcong. La imagen de la ejecución en la sien era, sin duda, real. Pero el mensaje lanzado era engañoso. La "descontextualización" que acompaña a la imagen que habla por sí misma es de por sí suficiente para falsearlo todo.

Siempre se ha dicho: ver para creer. Quizás el nuevo adagio deba ser: no creer en lo que se video-ve.

El parangón entre el periodismo escrito y aquél por imágenes (el noticiero televisivo) falla en perjuicio del segundo también por otros aspectos. En primer lugar, en términos cuantitativos, el hombre de la cultura escrita, leía, pongamos, veinte eventos de relevancia nacional o internacional al día, y digamos que en promedio cada evento era desarrollado en media columna ilustrada. Estos veinte eventos son reducidos para las (así llamadas) "noticias del mundo" vespertinas de

las tres mayores *networks* norteamericanas (ABC, CBS, NBC) a cerca de diez, y son enunciadas en "bloques" (es la jerga técnica) que van de los treinta a los sesenta segundos. La compresión-omisión es gigantesca; y lo que desaparece en esa compresión es el encuadramiento y la explicación del "problema". El punto es que la televisión se presta mal a explicar, y esto porque la imagen es de por sí enemiga de la abstracción; allí donde explicar es desplegar un discurso abstracto, deben enfatizarse los conceptos, no las imágenes.

Incluso así, no está dicho que la galaxia Gutemberg deba transformarse del todo en la galaxia McLuhan. Cualquiera sea la naturaleza del instrumento, con todo siempre será verdad que la elección es nuestra, no de la tecnología. El así llamado imperativo tecnológico nos condiciona pero no nos gobierna. Y sobre este punto lo decisivo reside -a mi entender- en las *talking heads*, en las cabezas parlantes, y por ende en la pregunta: respecto del video, ¿lo queremos o no? El grueso de la televisión europea, la "cabeza parlante" la tiene; será aburrida, no tendrá la audiencia ni el atractivo de la Carrá ni del Cellentano, pero por decoro si no por mejores razones, la cabeza parlante sobrevive. Por el contrario, las *talking heads* son, hoy más que nunca, anatema para las tres grandes redes americanas: no rinden (en dinero) ni constituyen espectáculo. Vía! Y con ellas fuera incluso Diógenes con su linterna. No hay nada que iluminar. Los problemas, los intereses generales, el largo plazo son, ni más ni menos, "abstracciones", que la televisión no consiente. Lo que existe es sólo lo visible, y sobre todo lo visible que golpea: eventos de muerte, fuego, violencia, protestas, catástrofes naturales, incidentes, arrestos, lamentos. La cabeza parlante enuncia datos sobre la desocupación y discute cómo combatirla y reducirla.

Eliminada la cabeza parlante los datos que ella discute son sustituidos por un obrero en navidad que está licenciado y en mala situación. No es para nada la misma cosa; pero el obrero conmueve y con eso alcanza. Es la inflación y dramatización de lo trivial sumada a la castración del pensamiento. El hombre que lee, el hombre de la galaxia Gutemberg, está constreñido a ser un animal mental; el hombre que mira y nada más es sólo un animal ocular. El empobrecimiento es, o amenaza con ser, fatal.

Agresividad y tendenciosidad

Hasta ahora mi discurso se ha desplazado a lo largo de dos vías: una de líneas de tendencia general, y otra acerca de las tendencias degenerativas, o de cualquier modo extremas que se están afirmando particularmente en los Estados Unidos. Detengámonos en estas últimas. Conjuntamente con la promoción del localismo y la decapitación de las cabezas parlantes, otros aspectos distintivos de a TV en los Estados Unidos son 1) la agresividad, 2) las falsas estadísticas, 3) la trampa de las encuestas.

Digo "agresividad" para resumir todo bajo un solo título. Pero ésta es una característica compleja. La jactancia de los medios americanos es el destacarse en los *straight news*, en el narrar las cows como son, sin adornos ni condicionamientos. *Straight news* es por un lado, objetividad-imparcialidad y, por el otro, independencia del poder; especialmente del poder político. A mí, confieso, la imparcialidad y la independencia me complacen enormemente: los considero cánones de deontología profesional. Lo que la experiencia norteamericana revela es en qué medida esta deontología (que considero profesada sinceramente) es difícil de llevar a la práctica. La televisión italiana es sin dudas muy complaciente, temerosa del "palazo" o altamente disputada entre facciones que están al servicio de cualquier patrón ideológico. La televisión americana se va al otro extremo: se limita al deber de ser "crítica" y "adversaria" a cualquier precio. Así la independencia deviene petulancia, arrogancia, y de cualquier manera, fastidio sistemático. Finalmente obtenemos la exaltación de la agitación, de la reivindicación y de la manifestación. La protesta se transforma en un protagonista totalmente desproporcionado. Atribuir "voz" a las voces (demandas y lamentos) es cosa buena. Pero su bondad requiere imparcialidad. Si se pone en el aire a quien va al ataque, se debe sacar al aire a quien es atacado. Es común noción de justicia que se deban oír todas las partes. Pero casi nunca es así. El ataque es espectacular, la defensa no constituye espectáculo. Por lo tanto el video se puebla de marchas, carteles, vöcingleros, agitadores, punteros que vencen siempre por que a su voz

no se opone ninguna contravoz. Ocurre, finalmente, que ni aún la protesta es explicada. Durante los días de las Olimpíadas en Corea del Sur, veíamos, tarde a tarde, belicosos muchachos al asalto con sus bombas Molotov; por qué manifestaban con tanta vivacidad, era, si y no dicho en cinco segundos; esto es, no importaba (para el locutor): el evento consistía, todo él, en el policía envuelto en llamas y si no en el manifestante apaleado.

El segundo aspecto, la falsa estadística, es realmente distintivo. En su forma más inofensiva se resuelve en la entrevista casual. ¿Debemos o no debemos cerrar una planta nuclear, un cuartel, una escuela? Un entrevistador se pasea por la calle, interroga a veinte paseantes y manda al aire cuatro "no" y dos "sí" (una apariencia de minoría se busca siempre, si no, adiós la imparcialidad). La mentira, aquí, es modesta: consiste en atribuir significado a lo insignificante. Pero ésta siempre será -se dirá- una distorsión modesta.

Vayamos entonces a las falsas estadísticas que son verdaderas estadísticas y que son verdaderamente falsas. Si buscamos un caso a modo de prueba de la discriminación racial, ponemos la discriminación contra los negros: que los negros están subrepresentados en relación a su proporción demográfica, en Wall Street, entre los militares, en la Universidad, etc. Que la desproporción existe es indudable; ¿pero cómo se puede decir que es causada por la "discriminación"? Dada una distribución anómala, no nos es dada la causa o las causas, que la producen. De hecho, los negros están altamente sobrerrepresentados en algunos deportes: boxeo, carrera, y varias actividades atléticas. ¿Es tal vez porque en el deporte se ejerce discriminación contra los blancos? Si alguien lo sostuviese, todos denunciarían a gritos la tontería. Pero la misma tontería invertida es proclamada cada día. Y aquí la mentira es grave, grave en sus consecuencias.

El tercer rasgo distintivo es la trampa, o incluso el plagio de los sondeos de opinión. Las encuestas son hoy por hoy la brújula casi cotidiana de la política americana; no existe controversia que no llegue a la pantalla bajo la forma de "cómo piensa el pueblo" ¿Pero se trata realmente de demo-pensamiento? ¿O se trata, antes bien, de un efec-

to reflexivo de los medios? En el curso del escándalo Irán-contras, día tras día nos enterábamos de cuántos creían en la inocencia-ignorancia del Presidente Reagan, y cuántos no. ¿Pero el ciudadano común, cómo podía saber? Se orienta, como es obvio, por los medios. No puede más que ser así. Pero si es así, entonces es desvergonzado presentar a las encuestas como una *vox populi, vox Dei*. La así llamada voz del pueblo es en gran medida la voz de los medios *en el pueblo*.

La encuesta-dependencia es excesiva, frecuentemente injustificada, y entre tanto, a menudo nociva. Los sondeos no son tanto instrumento del demo-poder, como expresiones del poder de los medios sobre el pueblo; y su influencia bloquea decisiones útiles, sino es que desembocan en decisiones equivocadas promovidas por los meros rumores (opiniones débiles e informes), por la falsa estadística, por la dramatización de lo trivial y por el inmediato "aquí y ahora" de miles de pequeñas patrias que se pavonean de poder salir al aire.

Destacábamos al inicio que el tema de la video-política se enlaza indisolublemente con aquel del "poder del video" y esto es así porque el problema (hoy por hoy es evidente) es de *paideia*, de formación del hombre. La erosión de la cultura escrita y su sustitución por una cultura visiva produce un "hombre ocular", la persona video-formada que es cada vez menos un animal mental capaz de abstracción, que piensa al tiempo que ve. Mientras nosotros nos preocupamos de quién controla los medios, es el instrumento en sí y para sí, escapado de las manos, el que controla la formación misma del *homo sapiens*.

Todo comenzó con el hombre prensil, con un animal cuyas manos no sólo "sujetaban" sino que también eran capaces de manipular y fabricar (*homo faber*). Al final del ciclo, ¿estamos acaso en presencia del hombre aprieta-botones (ya no más prensil) cuyo horizonte mental cabe totalmente en el globo ocular? ¿Del *homo sapiens al homo insipiens*? ■