

1. Tesis principales de Sartori

Comentario [OIC1]: Muy buen trabajo. 100

- a. **El hombre ha sido reblandecido por la multimedia y la televisión y con ello ha perdido su capacidad de abstracción haciéndolo incapaz de razonar.** El *homo sapiens* ya no tiene capacidad para sostener y dar insumos al mundo que él construyó. Ello se debe a que existe una preponderancia de lo visible sobre lo inteligible que nos limita a ver sin entender. Por ende el aparato cognoscitivo del *homo sapiens* se ve empobrecido por los medios, en especial la televisión.
- b. **La televisión es un instrumento que ha generado un nuevo tipo de ser humano.** El *homo sapiens* ha pasado a ser un *homo communicans*, es decir se ha limitado a la construcción de las relaciones gracias al incesante flujo mediático y se ha convertido en un ser carente del raciocinio y la abstracción que lo distinguía en el paso hacia el *homo videns*.
- c. **Los medios de comunicación han fomentado una atrofia cultural.** Hemos pasado a una incultura audiovisual que ataca al hombre desde edad temprana y que lo “desforma”. La digitalización es un instrumento que fragmenta todo, inclusive la realidad y la preponderancia de las imágenes anulan los conceptos y por ende nuestra capacidad de entender.
- d. **El ciberespacio fomenta la inteligencia colectiva que puede ser distribuida por todo el mundo y que puede ser tanto colectivo y general como diferenciado y específico.** De este modo no existe una saturación sino una simplificación de los problemas cotidianos.
- e. **La videocracia está fabricando una opinión hetero-dirigida.** Esto significa que la televisión se vuelve un portavoz de su propia voz y que los sondeos que en teoría muestran la opinión pública son débiles y mal empleados.
- f. **La televisión subinforma y desinforma.** Esto quiere decir que da información insuficiente y que inclusive la distorsiona. Un claro ejemplo es la tendencia creciente al pseudo-acontecimiento que es un hecho que acontece porque alguien lo está filmando para cumplir con el compromiso de mostrar. Todo esto nos lleva a tener un mundo visto a medias en el que veracidad y falsedad, información y desinformación es lo mismo.
- g. **La televisión, a través de los medios televisivos tiene la capacidad del agenda setting y del priming.** Esto significa que dirige la atención del público hacia las prioridades en los problemas nacionales y que tiene el poder de definir los criterios para enjuiciar y valorar los dirigentes políticos. El resultado es que en el caso de los candidatos a elecciones recibimos propuestas de personas en lugar de discursos. Los video-líderes son el mensaje *per se*.
- h. **La televisión ha llegado a ser la principal autoridad cognitiva y por ende toda la información y mensajes se seleccionan con base en la video-sensibilidad.** Esta tendencia inclusive ha afectado a la política ya que los políticos cada vez se relacionan más con acontecimientos mediáticos y se apegan a un modelo de *emotivización* de la política, en el que ésta se ve reducida a episodios emocionales.
- i. **La televisión empobrece la información y la formación del ciudadano.** Este poder de formar, o más bien de deformar al ciudadano, naturalmente empodera a quienes seleccionan la información difundida y los convierte en administradores del dominio simbólico de masas. Cabe destacar que esta selección de información crea una división entre lo que se muestra y lo que no.

- j. **La tecnología, caracterizada por la artificialización, ha producido un hombre más crédulo y por ende más susceptible a las creencias irracionales.** Ello se debe a que estamos a merced de experiencias de segunda mano ya que nuestro quehacer en la edad digital se limita a pulsar un botón del teclado.

## 2. **Objeciones a Sartori**

- a. Si bien es cierto que la televisión ha limitado el aparato cognoscitivo del *homo sapiens*, debemos decir que el contrargumento de que la difusión del mensaje televisivo y su accesibilidad tiene cierto sentido. Por algo existen hoy en día observatorios de medios preocupados por que la información difundida sea veraz y con buen contenido. En los últimos años hemos presenciado programas con mayor contenido que no se enfocan en el mero entretenimiento sino en la responsabilidad de informar e inclusive fomentar el debate.
- b. La tecnología también ha favorecido la existencia de redes sociales con fines científicos. Si pensamos en los think tanks podemos pensar que el intercambio de conocimiento a nivel mundial se ha incrementado a través del uso tecnológico. De este modo podemos decir que no existe únicamente un afán por entretener sino también por discernir y crear conocimiento.
- c. Naturalmente el texto de Sartori está enfocado al uso de la televisión, y quizá a ellos debamos que se excluya los avances que el Internet y herramientas como los metabuscadores tienen en la búsqueda del conocimiento. Consideramos que hace falta profundizar en esos aspectos ya que únicamente se menciona en el apartado 7. Si no existiera una creciente búsqueda de conocimiento en Internet la existencia de los metabuscadores no tendría razón de ser.
- d. Sartori nos dice que en teoría el Internet debería estimular el conocimiento, pero que el problema está en que el usuario ya está educado como *homo videns* antes de usar la red. Creemos que el ser humano ha evolucionado y logrado una síntesis entre el *homo sapiens* y el *homo videns* en el que existe día a día un balance entre la palabra y la imagen. La tendencia *bloggera* ha demostrado el interés cada vez más creciente por la palabra sin perjudicar lo visual.
- e. Cuando Sartori nos dice que la hiper mediatización nos deja a merced de experiencias de segunda mano también olvida decir que nos abre los ojos frente a experiencias que de no ser por los medios jamás tendríamos la posibilidad de experimentar de primera mano. A través de una pantalla, ya sea de televisión o computadora, podemos ver el mundo que se escapa a nuestras experiencias sensoriales.
- f. La atrofia cultural a la que se hace alusión es relativa si consideramos que existe mucha gente con analfabetismo que es exenta del mundo literario al que califica como el mundo de la cultura. El uso de imágenes ha permitido generar un lenguaje universal que trasciende las barreras del idioma o de la capacidad literaria. Como él bien dice la cultura audiovisual es de la mayoría, mientras la cultura es elitista. El problema entonces es vigilar el contenido de los medios para favorecer una programación más pensada.

## 3. **Tesis de Castells**

La tesis fundamental de Castells es que **los medios de comunicación se han vuelto el centro del pensamiento político**, y por ende el espacio de toma de

decisiones de mayor importancia. Esto no debe confundirse con la idea de que los medios sean necesariamente quienes articulen el proceso político, sino que son el espacio donde el poder se ejerce. Gracias a esto, la política se basa en imágenes, siendo la más sencilla la cara humana acompañada de una idea sencilla. Las caras que forman la política de imagen se relacionan a personalidades en particular, **creando la política de la personalidad, la cual inevitablemente deriva en la política del escándalo.**

En contraposición al rol de los medios masivos como espacio político, Castells habla del **surgimiento del internet como medio de autocomunicación masiva**. Lo caracteriza como masivo por la posibilidad de llegar a un público potencialmente global, y personal por tratarse de un medio de contenidos generados por usuarios, dirigidos generalmente a públicos específicos y seleccionados por las partes receptoras entre una infinidad de opciones. Es decir, **es un medio masivo donde cada usuario selecciona qué información compartir y qué información recibir.**

Gracias a este nuevo espacio comunicativo, Castells arguye **que se facilita la creación y la acción de grupos anti-establecimiento**. Dichos grupos, cuya existencia es permanente y que básicamente se basan en tener valores diferentes a los comúnmente aceptados en un tiempo y lugar, no solo son imposibles de erradicar, sino que probablemente sean esenciales para el progreso cultural humano. **El internet resulta el medio natural para la expresión de ideales de contracultura**, una rebelión que en si de cierta forma se ha convertido en el *mainstream*. Sabiendo esto, los medios masivos tradicionales pueden usar internet como termómetro de su público y llegar a audiencias que antes no podían explorar a través de estudios de temas populares en la red que posteriormente aparecen como por arte de magia en su programación o edición.

El progreso de la comunicación política y en general los medios de información se está abriendo a nuevas opiniones, o tal vez a viejas opiniones que no tenían anteriormente espacio para expresarse. **La evolución social, dice Castells, depende de eliminar instituciones viejas y construir nuevas bajo un esquema de relaciones de poder modernas que tomen en cuenta diferencias en valores e intereses de diferentes grupos de personas.** Equipara al **estado-nación y su evolución durante la revolución industrial al nuevo espacio político** que crean los medios de comunicación digital en términos de definición de espacios públicos. Aunque falta que surjan nuevas instituciones alrededor de las nuevas tecnologías, es claro que **el proceso de toma de decisiones ya se está viendo afectado por ellas**. Desde los debates presidenciales transmitidos exclusivamente por YouTube, hasta blogs que aportan contenido a medios masivos tradicionales, la información que se usa cotidianamente en los círculos políticos pasa cada vez más por internet. Quienes abogan a favor de tener más control sobre el intercambio de información hacen lo posible por crear obstáculos a esta comunicación horizontal, sin embargo hasta el momento el poder democratizador de internet sigue llevándoles la delantera.

#### **4. Explicar el concepto remediación**

En la Ecología de Medios (*Media Ecology*), una escuela teórica también conocida como “Escuela de Toronto”, “Escuela de Nueva York” o “Escuela de San

Luis”, existen principalmente dos usos o interpretaciones del concepto de la remediación.

Por un lado, se encuentra Paul Levinson que, con su versión del concepto de remediación, se refiere al hecho de que se mejore o reforme a un medio a través de otro, es decir, él explica el cambio tecnológico con un proceso de transformación o ampliación de los medios existentes mediante otras tecnologías. En este proceso se puede constatar el intento, intencional o inconsciente, de las personas de hacer que los medios sean más parecidos al ser humano. A pesar de que los nuevos medios que surgen son “medios remediales”, es decir, medios remediados por otros medios o tecnologías, no sustituyen completamente a los medios existentes sino hay un competencia entre ellos y sus antecesores para nuestra atención (e.g. cine vs. televisión, libro vs. película). El proceso evolutivo de los medios está íntimamente ligado con nuestros intereses y preferencias, lo que significa que no surgen por casualidad sino a través de remediaciones y así el cambio tecnológico a otros medios remediados para responder a nuestras necesidades.

Por otro lado, hay una interpretación distinta de Jay Bolter y Richard Grusin que usan el concepto de remediación para resaltar la dependencia cultural entre dos o varios medios. Su línea de pensamiento principal, basándose en McLuhan, es que el contenido de todo medio es otro medio, o sea, que el contenido de un nuevo medio consiste en sus antecesores. Como ejemplo usan el caso del Internet, explicando que su contenido se basa en los medios que surgieron antes de él. Otro punto interesante en su interpretación del concepto es que cada nueva tecnología crea su propio ambiente. Y precisamente por ello, siempre estamos un paso atrás (o por lo menos la mayor parte de nosotros) puesto que sólo reconocemos el ámbito anterior cuando ya una nueva tecnología ha creado otro. Esto significa que no nos damos cuenta de la remediación inmediatamente sino con cierto retraso, y esto puede ser peligroso pues podríamos ser esclavos de los efectos tecnológicos ya que no los podemos entender en su momento.

Intentando encontrar puntos de congruencia entre las dos interpretaciones, podría decirse que según ambas las nuevas tecnologías y/o medios ayudan a que se reforman y mejoran (remedian) los demás, haciéndolos más y más parecidos al hombre. En este proceso de aumentación y prolongación de las capacidades de lo existente se muestra fuertemente la relación entre ellos, culminando en el hecho de que los nuevos suman los anteriores en cuanto a su contenido.

## **5. Explicar las reglas que propone Neil Postman para explicar el cambio tecnológico**

La primera tesis que Neil Postman formula para explicar los cambios tecnológicos es acerca de los efectos que la tecnología tiene en la cultura. La idea central es que los beneficios que los avances tecnológicos introducen a la vida de los seres humanos, también ocasionan perturbaciones. El autor se refiere a esta postulado como el *Pacto de Fausto*, según el cual la tecnología proporciona beneficios pero al mismo tiempo, la tecnología también quita o nos priva de beneficios, y en este proceso es la cultura la que paga el precio.

La segunda tesis hace referencia a que las aplicaciones y beneficios de los avances tecnológicos no necesariamente se distribuyen de forma equitativa entre la población. Por esta razón, el autor critica que los *tecnoptimistas* exageren al referirse a los beneficios de la tecnología en la llamada “Era de la Información”. El que hoy en día haya abundancia de información, no se traduce en que existan

soluciones para los problemas de la sociedad. Además, los avances tecnológicos modifican el sistema de intereses y privilegios existente. Tal es el caso de Google, marca que ya se ha posicionado entre las mejores desplazando a Microsoft que tradicionalmente era el líder en la economía del conocimiento, o de Telmex que ahora compite con las grandes televisoras a través del uso del “*triple play*”.

La tercera regla a la que hace referencia Postman, es sobre la filosofía de las tecnologías, es decir, de acuerdo con el autor, cada nuevo avance tecnológico trae consigo una nueva cosmovisión. La de la televisión consiste en que al ser un medio frío, involucra a los televidentes para que éstos completen la información que presentan los programas televisivos, se trata de la sociedad del espectáculo y de ahí que sea un medio de comunicación tan exitoso. En este sentido, Toffler comenta que la televisión multiplicó el número de canales por los que el individuo obtenía su imagen de la realidad, y con ello se producen realidades uniformes que han contribuido a la homogenización de comportamientos.

El cuarto postulado de Postman se refiere a la ecología de la tecnología. Postman advierte que la tecnología altera los ritos y tradiciones sociales. Sus efectos incluso pueden ser definitivos. En este sentido, a los capitalistas únicamente les interesa obtener beneficios económicos de las nuevas tecnologías y no reparan en el hecho de que estos cambios pueden –y de hecho la hace- destruir las instituciones establecidas. Por ello se puede afirmar que la sociedad se vuelve también producto del cambio tecnológico pues sus instituciones se van modificando conforme otras tecnologías se van introduciendo.

Finalmente, la quinta tesis de Postman habla acerca de la mitificación de los medios de comunicación. Esto quiere decir que la hegemonía de determinado medio hace que las lleguemos a considerar como algo natural, y lo extraemos de la realidad histórica, política y cultural en la que está inserto. En otras palabras, aceptamos a los medios como si fueran algo dado, sin cuestionar su contenido y sin mediación alguna. Por ello dice Postman, es conveniente que las veamos como intrusos extraños para reflexionar acerca de los cambios que consigo traen y entenderlos como parte de un momento histórico específico, en el que la realidad que reflejan, está reconfigurada.

## **6. Describir las principales remediaciones que ha resentido la televisión en años recientes y la forma cómo Internet ha contribuido en tales cambios.**

La televisión es un medio de comunicación joven, que como todos los demás ha ido sufriendo cambios y transformándose a fin de competir con los otros medios y permanecer en las preferencias de los seres humanos. Y lo ha hecho bien dado que se ha consolidado como el principal medio de comunicación masiva. Su primacía se debe, entre otros factores, a que en ella se conjunta la imagen y el audio. Compitió con la prensa escrita pues a través de los noticieros, la información presentada se refuerza con las imágenes, por lo que el impacto y la atracción es aún mayor. Compitió por ejemplo con las radionovelas, pues es notable la aceptación y el impacto que las telenovelas han tenido en la sociedad. Compite con el cine, por medio de la transmisión gratuita de películas. Las grandes televisoras y corporaciones empresariales han sabido adecuarse y beneficiarse de estos hechos por medio de la publicidad y los anuncios comerciales.

Y ahora la televisión compite con Internet puesto que éste ha introducido cambios muy importantes como la mayor accesibilidad a la información actualizada

minuto por minuto y sin costo alguno. Hoy en día cada usuario de Internet puede buscar la información de la fuente que desee y con el enfoque que le interesa (o le conviene). Herramientas como You Tube, permite que la audiencia tenga un rol protagonista en la producción de los contenidos. Por supuesto que también hay riesgos que deben tomarse en cuenta por ejemplo, la arbitrariedad en el contenido de la información pues al no haber quien regule o filtre los contenidos, cualquiera puede escribir sobre cualquier tema y no necesariamente con información veraz. Además, la saturación de información no necesariamente, como se dijo ya, contribuye a la solución de los problemas sociales y no todos son beneficiados por el acceso a Internet.

Internet no va a sustituir a la televisión, pero si obligará a este medio a remediarse. Como dice Negroponte, la digitalización de la televisión es inevitable. El reto está en que las grandes industrias televisivas comprendan estos cambios, como lo dice el artículo, si anticipamos las remediaciones que Internet produce y producirá, posiblemente podremos aprovechar mejor este medio de comunicación, enfrentar de mejor forma sus riesgos y asimilar mejor los cambios que produce.