

Giovanni Sartori
Homo Videns
La sociedad Teledirigida

“Dios no cambia. Los hombres, sin embargo, sí”.
Aldous Huxley, *Un mundo feliz*

PREFACIO

- ❑ El video está transformando al homo sapiens, producto de la cultura escrita, en un “homo videns” para el cual la palabra está destronada por la imagen.
- ❑ La televisión –afirma Habermas- es culturalmente regresiva.
- ❑ La primacía de la imagen, es decir, la preponderancia de lo visible sobre lo inteligible, nos lleva a un ver sin entender.
- ❑ Tengo fe en una escuela apta para oponerse a ese pospensamiento que ella misma está ayudando a crear.
- ❑ La televisión modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del homo sapiens.

LA PRIMACIA DE LA IMAGEN

1 HOMO SAPIENS

- ❑ Linneo clasificaba como homo sapiens al hombre en su *Sistema de la Naturaleza*, de 1758.
- ❑ 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.
- ❑ No solo el comunicar, sino el pensar y el conocer que caracterizan al hombre como animal simbólico se construyen en lenguaje y con lenguaje. El lenguaje no es solo un instrumento del comunicar, sino también del pensar.
- ❑ Las civilizaciones se desarrollan con la escritura, y es el tránsito de la comunicación oral a la palabra escrita lo que desarrolla a una civilización.
- ❑ Hasta la invención de la imprenta, la cultura de toda sociedad se fundamenta principalmente en la transmisión oral.
- ❑ La Biblia impresa por Gutemberg entre 1452 y 1455 tuvo una tirada de 200 copias.
- ❑ Es con Gutemberg 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-.
- ❑ La invención del telégrafo, después la del teléfono. Con esos dos inventos desapareció la distancia y empezaba la era de las comunicaciones inmediatas.
- ❑ La radio es el primer gran difusor de comunicaciones, pero un difusor que no menoscaba la naturaleza simbólica del hombre.
- ❑ La televisión, como su propio nombre indica, es ver de lejos. En la televisión el hecho de ver prevalece sobre el hecho de hablar.

2 EL PROGRESO TECNOLÓGICO

- ❑ Todo progreso tecnológico, en el momento de su aparición, ha sido temido e incluso rechazado. Cualquier modificación molesta porque cambia los órdenes constituidos.
- ❑ La Encyclopédie de Diderot (cuyo primer tomo apareció en 1751) fue prohibida e incluida en el Índice en 1759, con el argumento de que contenía 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 deberían dárselos a un sacerdote para que los quemaran, so pena de excomunión.
- ❑ La radio ha tenido efectos secundarios no previstos: por ejemplo, la musicalización de nuestra vida cotidiana.
- ❑ En pocas décadas el progreso tecnológico nos ha sumergido en la edad cibernética, desbancando, según dicen, a la televisión.
- ❑ 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).

3. EL VIDEO NIÑO

- ❑ 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.
- ❑ La televisión no es solo instrumento de comunicación; es, a la vez, *paideía*, un instrumento antropogénico, un *médium* que genera un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano.
- ❑ La televisión sustituye a la baby sitter.
- ❑ La televisión es la primera escuela del niño (la escuela divertida que precede a la escuela aburrida).
- ❑ El niño formado en la imagen se reduce a ser un hombre que no lee.
- ❑ Los estímulos ante los cuales responde cuando es adulto son exclusivamente audiovisuales.
- ❑ A los treinta años es un adulto empobrecido, educado por el mensaje.
- ❑ Es pues un adulto marcado durante toda su vida por una atrofia cultural.
- ❑ Las sociedades siempre han sido plasmadas por la naturaleza de los medios de comunicación mediante los cuales comunican más por el contenido de la comunicación.
- ❑ La digitalización es un formidable instrumento de descomposición-recomposición que realmente fragmenta todo. Para el hombre digigeneracional (el hombre de la cultura digital) ya no existe una realidad que se sostenga. Para él cualquier conjunto de cosas puede ser manipulado y mezclado, a su gusto, de miles de formas.
- ❑ La cultura de unos pocos –es elitista-, mientras que la cultura audiovisual es de la mayoría.

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 ir sólo

hacia adelante y esto comporta un crecimiento. Y no está claro que este aumento tenga que ser positivo.

- ❑ 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.

5.- EL EMPOBRECIMIENTO DE LA CAPACIDAD DE ENTENDER

- ❑ El homo sapiens debe todo su saber y todo el avance de su entendimiento a su capacidad de abstracción.
- ❑ 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.
- ❑ 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.
- ❑ Todo el saber del homo sapiens se desarrolla en la esfera de un mundus intelligibilis (de conceptos y concepciones mentales).
- ❑ La televisión produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender.

6.- CONTRADEDUCCIONES

- ❑ La respuesta ritual es que todo hallazgo tecnológico se ha topado con inquisidores que siempre se han equivocado.
- ❑ Una segunda respuesta: que lo inevitable es aceptado.
- ❑ Una tercera respuesta es que palabra e imagen no se contraponen. Entender mediante conceptos y entender a través de la vista se combinan en una “suma positiva”, reforzándose o al menos integrándose 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 (...) 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.
- ❑ Una cuarta respuesta es que aún 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.

7.- INTERNET Y CIBERNAVEGACION

- ❑ 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 lo tanto, de usuarios activos) y polivalente (de múltiple utilización) cuya máquina es un ordenador que recibe y transmite mensajes digitalizados.
- ❑ El ordenador es una máquina mediante la cual pensamos, y que modifica nuestra forma de pensar.
- ❑ Internet es un prodigioso instrumento multitarea: transmite imágenes, pero también texto escrito; abre el 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).

- ❑ El punto débil de la televisión que conocemos es que “generaliza”.
- ❑ También la televisión se está fragmentando –por cable o vía satélite—en centenares de canales dirigidos a audiencias concretas. Al especializarse de ese modo, la televisión cubrirá también nichos que resultarán competitivos a los nichos de los cibernautas.
- ❑ En la medida en que Internet es una diversión, un entretenimiento, la televisión resultará vencedora entre los perezosos, mientras que Internet triunfará entre los activos, los que quieren dialogar y buscar.
- ❑ 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 utilizan Internet como instrumento de conocimiento.
- ❑ El niño de tres a cuatro años se inicia con la televisión. Por tanto, cuando llega a Internet su interés no está sensibilizado para la abstracción.
- ❑ 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.
- ❑ Internet tiene un porvenir revolucionario.
- ❑ Los verdaderos estudiosos seguirán leyendo libros, 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.
- ❑ La paideia del video 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.
- ❑ Pero el objetivo final no es Internet; es el “cibermundo” profetizado y promovido, más que por cualquier otro autor, por Nicholas Negroponte. En su libro *El mundo digital* (1995).
- ❑ Para los comunes mortales la navegación cibernética es sólo una especie de videojuego. Y si toman la 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.
- ❑ El negropontismo puede llegar a generar, en un extremo, un sentimiento de potencia alienado y frustrado.
- ❑ Negroponte es realmente el aprendiz de brujo del pospensamiento.
- ❑ Digital Generation. Una generación –escriben Calvo-Platero y Calamandrei, cuyo lenguaje consiste en “hipertexto, compresión de datos, amplitud de banda y bites”. Y que se encuentra muy a gusto en el mundo virtual, en este mundo tridimensional creado por un ordenador en el que te mueves llevando una máscara y guantes especiales”.
- ❑ Ferrarotti 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 tiempo colectivo y diferenciado, general y específico (...) es una inteligencia distribuida por todo el mundo.

- ❑ En su utilización práctica, Internet no se traduce en saturación, sino, por el contrario, supone la simplificación de los problemas de la vida cotidiana.

LA OPINION TELEDIRIGIDA

1 LA VIDEO POLITICA

- ❑ La televisión se caracteriza por una cosa: entretiene, relaja y divierte. Cultiva el homo ludens, pero la televisión invade toda nuestra vida.
- ❑ El término video política, acuñado por mí...
- ❑ La democracia ha sido definida con frecuencia como un gobierno de opinión.
- ❑ La televisión condiciona o puede fuertemente condicionar el gobierno.

2 LA FORMACION DE LA OPINION

- ❑ ¿Cómo nace y cómo se forma la opinión pública?
- ❑ Una opinión se denomina pública no solo porque es del público, sino porque también implica la res pública, la cosa pública, es decir, argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos.
- ❑ Es correcto decir opinión. Opinión es doxa, no epistémé, no es saber y ciencia; es simplemente un “parecer”, una opinión subjetiva para la cual no se requiere una prueba.
- ❑ Las opiniones son convicciones frágiles y variables. Si se convierten en convicciones profundas y fuertemente enraizadas, entonces debemos llamarlas creencias (y el problema cambia).
- ❑ Es fácil desarmar la objeción de que la democracia es imposible porque el pueblo “no sabe”.
- ❑ El problema surgió con la televisión, en la medida en que el acto de ver suplantó al de discurrir.
- ❑ La fuerza arrolladora de la imagen rompe el sistema de reequilibrios y retroacciones múltiples que habían instituido progresivamente, durante casi dos siglos, los estados de opinión difusos.
- ❑ La televisión es explosiva porque destrona a los llamados líderes intermedios de opinión.
- ❑ Con la televisión, la autoridad es la visión en sí misma.
- ❑ La videocracia está fabricando una opinión sólidamente hetero-dirigida.
- ❑ La televisión se exhibe como portavoz de una opinión pública que en realidad es el eco de regreso de la propia voz.
- ❑ La televisión refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo.

3 EL GOBIERNO DE LOS SONDEOS

- ❑ La imagen debe estar repleta de contenidos.
- ❑ Las opiniones recogidas en los sondeos son, por regla general, débiles, y es raro que alguna vez se recojan opiniones profundas.

- ❑ Preguntar si se debe permitir el aborto, o bien si se debe proteger el derecho a la vida, es preguntar las dos caras de una misma pregunta. Y sin embargo, la formulación de la pregunta puede cambiar la respuesta de un 20% de los interpelados.
- ❑ En Estados Unidos, la sondeo-dependencia de los políticos —empezando por el presidente— es prácticamente absoluta.
- ❑ Todos los profesionales del oficio saben, en el fondo, que la gran mayoría de los interpelados, no sabe casi nada de las cuestiones sociales sobre las que le preguntaban.

4 MENOS INFORMACION

- ❑ Información no es conocimiento, no es saber en el significado eurístico del término. Por sí misma, la información no lleva a comprender las cosas: se puede estar informadísimo de muchas cuestiones y a pesar de ello no comprenderlas. La información da solamente nociones.
- ❑ La televisión informa poco y mal.
- ❑ Es útil distinguir entre subinformación y desinformación. Por subinformación entiendo una información totalmente insuficiente que empobrece demasiado la noticia que da.
- ❑ Subinformación significa reducir en exceso.
- ❑ Por desinformación entiendo una distorsión de la información: dar noticias falseadas que inducen al engaño de quien las escucha.
- ❑ Los periódicos y la radio no tienen el problema de tener que estar en el lugar de los hechos. Por el contrario, la televisión sí lo tiene.
- ❑ La obligación de “mostrar” genera el deseo o la exigencia de “mostrarse”. Esto produce el pseudo-acontecimiento, el hecho que acontece sólo porque hay una cámara que lo está rodando, y que, de otro modo, no tendría lugar.
- ❑ Siguen existiendo noticiarios serios que seleccionan noticias serias y que las ofrecen sin imágenes (si no las tienen). El nivel al que ha descendido nuestra televisión se debe fundamentalmente a un personal que tiene un nivel intelectual y profesional muy bajo.
- ❑ El hecho de informarse requiere una inversión de tiempo y de atención.
- ❑ Neil Postman comenta lo siguiente: “con toda probabilidad, los americanos son hoy la población que más entretenimiento tiene y la menos informada del mundo occidental.

5 MAS DESINFORMACION

- ❑ Desinformación – no informar poco, sino informar mal, distorsionando.
- ❑ El resultado es un mundo visto a medias.
- ❑ A las estadísticas falsas hay que añadir, como factor de distorsión.
- ❑ El mundo real no es espectáculo y el que lo convierte en eso deforma los problemas y nos desinforma sobre la realidad.
- ❑ Si se muestran imágenes de la persona que ataca, se deben transmitir también imágenes de la persona atacada.

- En la red, información es todo lo que circula. Por tanto, información, desinformación, verdadero, falso, todo es uno y lo mismo.

6 TAMBIEN LA IMAGEN MIENTE

- La televisión puede mentir y falsear la verdad, exactamente igual que cualquier otro instrumento de comunicación. La diferencia es que la “fuerza de la veracidad” inherente a la imagen hace la mentira más eficaz y, por lo tanto, más peligrosa.
- El video-dependiente tiene menos sentido crítico que quien es aún un animal simbólico adiestrado en la capacidad de abstracción perdemos también la capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso.

¿Y LA DEMOCRACIA?

1 VIDEO ELECCIONES

- El poder de los noticiarios televisivos para “dirigir la atención de *público (agenda setting)*” y el poder de “definir los criterios que informan la capacidad de enjuiciar (*priming*)”.
- “Las noticias televisivas influyen de un modo decisivo en las prioridades atribuidas por las personas a los problemas nacionales y las consideraciones según las cuales valoran a los dirigentes políticos”.
- La televisión *personalizada* las elecciones. En la pantalla vemos personas y no programas de partido – la televisión nos propone personas en lugar de discursos.
- El vídeo-líder más que transmitir mensajes *es* el mensaje.
- La carrera presidencial se convierte en un espectáculo (incluida también en el *show business*) en el que el espectáculo es lo esencial, y la información es un residuo.
- La vídeo-política reduce el peso y la esencialidad de los partidos y, por eso mismo, les obliga a transformarse.

2 LA POLITICA VIDEO-PLASMADA

- A lo largo del siglo XX, el partido prevalece sobre los miembros electos – por la fuerza de la ideología que lo instituye y a la que representa.
- Hoy esta dependencia se está reduciendo, pero no por ello estamos volviendo al representante independiente y “responsable”.
- Los políticos cada vez tienen menos relación con acontecimientos genuinos y cada vez se relacionan más con “acontecimientos mediáticos”, es decir, acontecimientos seleccionados por la vídeo-visibilidad.
- La televisión ha llegado a ser la autoridad cognitiva más importante de los grandes públicos.
- Con la televisión las autoridades cognitivas se convierten en divos del cine, mujeres hermosas, cantantes, futbolistas, etc., mientras que el experto, la autoridad cognitiva competente (aunque no siempre sea inteligente) pasa a ser una *quantité négligeable*.
- La televisión favorece la *emotivización* de la política, una política dirigida y reducida a episodios emocionales.

3 LA ALDEA GLOBAL

- ❑ La cámara de televisión no llega a la mitad del mundo, lo que significa que existe un mundo oscurecido y que la televisión incluso consigue que nos olvidemos de él.
- ❑ El ciudadano global, el ciudadano del mundo, “se siente” de cualquier lugar y, así pues, está dispuesto a abrazar causas de toda naturaleza y de todas partes. En *No sense of Place*, Joshua Mayrowitz (1985) plantea este tema con minuciosidad. Según él, nuestra proyección hacia el mundo nos deja “sin sentido de lugar”. Para Mayrowitz, la televisión fusiona “comunidades distintas” y de este modo “hace de cualquier causa o cuestión un objeto válido de interés y de preocupación para cualquier persona del mundo”. De hecho, ya no hay causa, por descabellada que sea, que no pueda apasionar e implicar a personas del mundo entero.
- ❑ La alternativa de este escenario es la “nación de tribu”.
- ❑ Este escenario alternativo prefigura el mundo que actualmente está estructurado por Internet; pero también se aplica – mantengo – a grupos marginales y/o a “grupos de emociones” (fijas o fijadas).

4 EL DEMOS DEBILITADO

- ❑ La base de información del *demos* es de una pobreza alarmante, de una pobreza que nunca termina de sorprendernos.
- ❑ Los referendos están aumentando y se convocan cada vez más a menudo.
- ❑ Un crecimiento *general* del nivel de instrucción no comporta por sí mismo un crecimiento *específico* de ciudadanos informados sobre cuestiones públicas.
- ❑ La distinción entre *información* y *competencia cognoscitiva*. Es, no obstante, una distinción esencial.
- ❑ La televisión empobrece drásticamente la información y la formación del ciudadano
- ❑ El que apela y promueve un *demos* que se autogobierne es un estafador sin escrúpulos, o un simple irresponsable, un increíble inconsciente.
- ❑ Estar frente a la pantalla nos lleva a encerrarnos, a aislarnos en casa. La televisión crea una “multitud solitaria”. Lo que nos espera es una *soledad electrónica*.
- ❑ No cabe duda de que la televisión ha precipitado la crisis de los regímenes comunistas
- ❑ “Quienes seleccionan las informaciones se convierten en administradores del dominio simbólico de las masas”.
- ❑ La “tecnópolis” digital sea utilizada por una raza patrona de pequeñísimas *élites*, de tecno-cerebros altamente dotados, que desembocará – según las previsiones de Neil Postman (1985) – en una “tecnocracia convertida en totalitaria” que plasma todo y a todos a su imagen y semejanza.

5 REGNUM HOMINIS Y HOMBRES BESTIAS

- ❑ El primer filósofo que entendió el poder que la ciencia ofrece al hombre fue, a principios de XVII, Francis Bacon. En su utopía, *Nueva Atlantida*, Bacon imaginaba un paraíso de la técnica, un enorme laboratorio experimental y preveía un *regnum*

hominis en el que el saber científico la daría al hombre el poder de dominar la naturaleza.

- ❑ En 1909, E.M. Forster escribió *The Machine Stops*, la máquina se detiene. Forster imaginaba con un siglo de anticipación un mundo en el cual una red electrónica nos conectaba a todos, un mundo en el que todos se encerraban y aislaban en sus casas, mientras se comunican constantemente. Y el héroe de la historia denuncia esta locura y dice: “la máquina funciona (...) pero no para nuestros fines”. Después la máquina se rompe y con ella el mundo entero.
- ❑ Leibniz definió la libertad humana como una *spontaneitas intelligentis*, una espontaneidad de quien es inteligente, de quien se caracteriza por *intelligere*.
- ❑ Para ir al núcleo de la cuestión debemos preguntarnos ahora: ¿libertad de qué y para qué?
- ❑ Los digigeneracionales dicen libertad pero en realidad quieren decir (y es la única cosa de la que entienden) cantidad y velocidad.
- ❑ Un aspecto ulterior de nuestro nuevo modo de ser y vivir es la creciente y omnipresente *artificialización*.
- ❑ El *homo prensilis* se atrofia en el *homo digitalis*. En la edad digital nuestro qué hacer se reduce a pulsar botones de un teclado
- ❑ La “hiper mediatización” (es la tesis de Gehlen, 1990) nos priva de experiencias *nuestras*, experiencias de primera mano y nos deja a merced de experiencias de segunda mano.
- ❑ El progreso de la ciencia – desde la Ilustración en adelante – liberaría al hombre de las creencias irracionales. No obstante, la tecnología, a medida que avanza, está produciendo un hombre incluso más crédulo e “inocentón” que el hombre medieval.
- ❑ Nancy Reagan no le daba permiso a su marido Ronald para que se reuniera con Gorbachov sin el consentimiento de su astróloga.

7 LA COMPETENCIA NO ES UN REMEDIO

- ❑ Casi todos están de acuerdo sobre el hecho del deterioro progresivo de la información televisiva a niveles bajísimos.
- ❑ Si hay un país que nunca ha tenido televisión estatal y en el cual la televisión se ha desarrollado y funciona en condiciones de independencia y de plena competencia, ese país es Estados Unidos.
- ❑ Las grandes cadenas de televisión se limitan de un modo excesivo.
- ❑ “Los medios de comunicación rivalizan en conformismo”.
- ❑ Karl Popper ha escrito que una democracia no puede existir si no se controla la televisión.
- ❑ Bush recibía 8,000 mensajes al día; Clinton recibe 20,000

8 RACIONALIDAD Y POSTPENSAMIENTO

- ❑ Internet abre un nuevo y gigantesco juego. Pues las autopistas de Internet se abren, mejor dicho, se abren de par en par por primera vez especialmente a las pequeñas locuras, a las extravagancias y los extraviados.

- ❑ Esta apertura es más significativa en tanto en cuanto el hombre reblandecido por la multimedialidad se encuentra desprovisto de elementos estabilizadores y sin raíces “firmes”.
- ❑ La tesis de fondo del libro es que un hombre que pierde la capacidad de abstracción es *eoipso* incapaz de racionalidad y es, por lo tanto, un animal simbólico que ya no tiene capacidad para sostener y menos aún para alimentar el mundo construido por el *homo sapiens*.
- ❑ El hombre se ha reducido a ser pura relación, *homo communicans*, inmerso en el incesante flujo mediático.
- ❑ La revolución mediática. Esta revolución es ahora casi completamente tecnológica, de innovación tecnológica.
- ❑ Los medios de comunicación, especialmente la televisión, son administrados por la subcultura, por personas sin cultura.
- ❑ No es verdad – como da a entender la ramplonería de los multimedialistas – que la pérdida de la cultura escrita esté compensada por la adquisición de una cultura audio-visual.
- ❑ Entre cultura escrita y cultura audio-visual hay sólo contrastes. Como observa con agudeza Ferrarotti, “la lectura requiere soledad, concentración en las páginas, capacidad de apreciar la claridad y la distorsión.
- ❑ La cultura audio-visual es “inculta” y, por lo tanto, no es cultura.
- ❑ La costumbre consiste en llenar las aulas de televisores y procesadores.
- ❑ La escuela consolida al video-niño en lugar de darle una alternativa.
- ❑ Los periódicos harían mejor si dedicaran cada día una página a las necesidades, a la trivialidad, a los errores y disparates que se han oído en la televisión el día antes. El público se divertiría y leería los periódicos para “vengarse” de la televisión, y tal vez de este modo la televisión mejoraría.
- ❑ Neil Postman no tiene esperanzas de que la televisión mejore, y por eso rebate el argumento: “la televisión (...) nos ofrece la mejor cuando nos da diversión-basura (*junk*); nos ofrece lo peor cuando absorbe el discurso serio (...). Convendría que la televisión fuera peor, no mejor”.