

posiblemente haya dejado pasar quien escribe estas líneas, constituyen lo que el profesor Solozábal define como «las bases constitucionales del Estado autonómico».

No han pretendido ser estas líneas la justificación argumental para la lectura de esta obra, cuyo conocimiento por parte de los estudiosos está suficientemente justificado por la persona y obra del autor.

Tal vez, la razón última de este limitado comentario haya sido hacer un pequeño homenaje a un docente y a una trayectoria investigadora que ha suscitado en mí el suficiente interés por los temas autonómicos y la suficiente esperanza en que los diversos problemas que suscita puedan ser reconducidos.

Con la suficiente modestia, he de reconocer que lo mejor de este comentario lo constituye la propia obra que se comenta, cuya claridad, que no simplismo, muestra la capacidad investigadora del autor a quien pido perdón por los comentarios que, sobre algunas cuestiones, me he atrevido a introducir y por las limitadas aportaciones propias que aquí aparecen que, sin duda, no contribuyen a mejorar una obra cuya calidad y coherencia se observa a lo largo de todas sus páginas.

JUAN MANUEL GOIG MARTÍNEZ

Profesor Titular Interino de

Derecho Constitucional

Departamento de Derecho Político. UNED

GIOVANNI SARTORI, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus, 1998

La televisión, ignífero medio de comunicación de masas, a cuya utilización política se atribuye, tal vez de forma exagerada, mayor transcendencia que a la Revolución Francesa de 1789¹, se configura como el *punctum dolens* en torno al cual gira el último libro de Giovanni Sartori, titulado *Homo videns. La sociedad teledirigida*, que constituye el objeto de la recensión que nos ocupa.

Parece ciertamente innecesario ofrecer cualesquiera indicaciones biográficas de un autor que goza entre nosotros de un merecido prestigio, habida cuenta del éxito que durante años ha acompañado a algunas de sus obras, entre las cuales resulta ineludible traer a colación: *Teoría de la democracia*, *La política: lógica y método en las ciencias sociales*, *Partidos y sistemas de partidos* e *Ingeniería constitucional comparada*, que le convierten en un referente

plausible para la comprensión de los problemas que en la actualidad afectan a los sistemas democráticos occidentales.

Homo videns. La sociedad teledirigida se presenta como un libro eminentemente polémico, cuyo autor busca de forma deliberada alimentar la controversia que suscitan sus ideas sobre la «videopolítica» y la «videodemocracia», expuestas con anterioridad en algunos de sus escritos².

Esta circunstancia, unida a la condición de gran ensayista que exorna al escritor, y a una innegable habilidad para introducir al lector en su pensamiento a través de anécdotas que relajan la anfractuosidad que acompaña a algunas de sus ideas, convierte a la obra en una lectura sugeridora, que invita constantemente a la reflexión, propiciándose, de este modo, un estimulante diálogo intelectual con el autor.

1. JIMÉNEZ DE PARGA, M. «Noticias con acento», *Destino*, 29 de junio de 1967, pág. 15.

2. Véase, por ejemplo, *Ingeniería constitucional comparada*, México, 1994, págs. 164-167.

Preliminarmente, es posible afirmar que *Homo videns. La sociedad teledirigida* se articula en dos partes estrechamente vinculadas, cuya entidad se justifica únicamente en función de una concepción dual del hombre; como individuo y como ciudadano.

De este modo, en la primera parte, que comprende el epígrafe titulado «La primacía de la imagen», Sartori trata de analizar la influencia que la televisión ejerce en la persona, entendida, según expuso Boecio, como «substancia individual de naturaleza racional», y, por tanto capaz de pensar, o, lo que es lo mismo, de realizar procesos cognitivos de naturaleza simbólica y abstracta.

La segunda parte, que englobaría los epígrafes; «¿Y la democracia?» y «La opinión teledirigida», está dedicada, sin embargo, al estudio de la forma en que dicho medio incide en el comportamiento del individuo que, como sujeto de derechos políticos, interviene en el gobierno de la cosa pública; esto es, en el comportamiento político del ciudadano.

El postulado que preside el libro de Sartori no es otro que la afirmación de la televisión como «instrumento antropogénico» capaz de generar «un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano», dado que dicho medio de comunicación «invierne la evolución de lo sensible en inteligible y lo convierte en el *ictu oculi*, en un regreso al puro y simple acto de ver», de suerte que «atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender». El homo sapiens es así suplantado por el homo videns, en el que el lenguaje perceptivo (concreto) prevalece frente al lenguaje conceptual (abstracto), incapacitándole para «responder a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita».

La atrofia cultural en que se encuentra sumido el individuo a causa de la televisión determina, en última instancia, el debilitamiento del *demos*. El desinterés por los asuntos públicos, una información deficiente que procede en exclusiva de un

medio de comunicación, la televisión, que conforma y deforma las noticias que ofrece, condicionando su difusión a su «video-dignidad», y una formación política prácticamente inexistente que no es sino el resultado de que «el mundo en imágenes que nos ofrece el video-ver desactiva nuestra capacidad de abstracción y, con ella, nuestra capacidad de comprender los problemas y afrontarlos racionalmente», se configuran como obstáculos que dificultan sobremanera la actuación responsable del ciudadano en el contexto del Estado democrático. Ante semejante panorama resulta grotesco que muchos reclamen «más democracia, lo que quiere decir, en concreto, dosis crecientes de directismo, de democracia directa». La democracia se convierte, de este modo, «en un sistema de gobierno en el que son los más incompetentes los que deciden».

Parece evidente que Sartori asume un intelectualismo de raíz platónico-aristotélica que le conduce irremisiblemente a afirmar sin ambages que «un conocimiento mediante imágenes no es un saber en el sentido cognoscitivo del término... y, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo».

El del hombre es, en efecto, un mundo conceptual y simbólico. La inteligencia humana funciona con conceptos abstractos, entendidos como la representación intelectual de un objeto, que se configuran como la contrapartida mental del símbolo. De entre todos, los símbolos más versátiles y polivalentes son las palabras.

De semejante afirmación, sin embargo, no es posible, a nuestro juicio, deducir *ab irato* que «la imagen es enemiga de la abstracción», pues, como expuso Kant, los conceptos guardan siempre una relación con las imágenes, no porque sean idénticos a ellas, sino porque poseer el concepto implica construir ese esquema representativo que es la imagen.

Por otra parte, cabe preguntarse si es cierto que «la imagen no da, por sí misma casi ninguna inteligibilidad», cuando, por

desgracia, estamos habituados a imágenes que hablan *per se* y no requieren ninguna explicación. Para comprobarlo no hay más que encender el televisor cuando los informativos ofrecen la imagen de un guerrillero zaireño mordiendo una mano que supuestamente pertenecía al cuerpo de un enemigo, o la de un pequeño sudanés tratando de asirse al pecho de su madre con la esperanza de... La verdad es que es mucho mejor pensar, como hace Sartori, que «la visión en la pantalla es siempre un poco falsa, en el sentido de que descontextualiza, pues se basa en primeros planos fuera de contexto». Pero ... el niño sudanés existe. La televisión no lo ha fabricado. Tal vez sea el único niño sudanés que sufre, tal vez no sea sudanés. Lo cierto es que hay un niño, en cualquier parte del mundo, que sufre.

Creemos por otra parte que el valor de la imagen es innegable en multitud de ocasiones. Pensemos, por ejemplo, en programas televisivos que describen la vida y costumbres de animales que habitan en tierras lejanas. ¿Se puede prescindir de la imagen y describir eficazmente, sólo con palabras, su fisonomía, su hábitat o su comportamiento?

Este es precisamente el primer factor a tener en cuenta. En nuestra opinión parece indudablemente estulto anatematizar la televisión, cuando lo lógico no es sino condenar determinados usos de la misma.

Resulta de todo punto ocioso pretender elucidar algo tan evidente como es que la televisión, como medio de comunicación de masas, ejerce en el individuo una determinada influencia.

Sin embargo, dicha influencia no es uniforme y sus efectos, por tanto, no serán los mismos si hablamos, por ejemplo, de un médico que si lo hacemos de un arquitecto, si pensamos en un adolescente o, por el contrario, se trata de un adulto. Es posible, incluso, aseverar que personas de la misma edad, que pertenecen a la misma clase social, con convicciones similares y que poseen una formación semejante reaccionarán de diversa forma al influjo antedicho.

El sujeto que describe Sartori al sostener que «la televisión resultará vencedora entre los perezosos o las personas cansadas que prefieran el acto de mirar» no es el televidente típico. Ni siquiera se corresponde con lo que vulgarmente conocemos como «teleadicto». La diferencia estriba en que éstos no se enfrentan a la programación televisiva de un modo pasivo. Seleccionan el programa que les interesa, o que simplemente les divierte, y son capaces de adoptar una actitud crítica frente a los contenidos del mismo. Será posible influir en el televidente pero, como se encuentra en disposición de procesar los mensajes que el medio de comunicación le envía, es posible que adopte un punto de vista crítico con muchos ellos. En cambio el auténtico *homo videns* no ve la televisión, sencillamente mira el televisor. Es poco más que un ente al que no le interesa lo que ve; únicamente le preocupa ver. Consecuentemente, la influencia a que está sometido posee un carácter desmesurado.

Decía Mrs. Caldwell a su adorado hijo Eliacim que «los libros ... son verdaderos pozos de sabiduría que guardan celosamente el agua que no se entrega a todos los que la quieren beber, sino tan sólo a los sedientos muy elegidos, a los sedientos que tienen ya desde la cuna las carnes moldeadas con la dúctil y esponjosa madera con la que se fabrican los sabios».

Una visión semejante de lo que se ha llamado «la cultura del libro» se encuentra en la obra que ahora recensamos, cuyo autor sostiene, refiriéndose al carácter elitista de aquélla, que «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?».

Aunque básicamente estamos de acuerdo con lo expuesto por Sartori, creemos, en principio, que mucho más elitista

que la cultura del libro resulta lo que podemos denominar «el libro de cultura».

Con ello queremos decir que la afición a la lectura se extiende paulatinamente, aunque no de forma suficiente. El matiz se encuentra en el tipo de lectura de que se trate. Son muchos los que leen, por ejemplo, novelas policíacas o diarios deportivos. En este sentido, la cultura del libro posee un carácter escasamente elitista. Evidentemente, no es a ellos a quienes se refiere el autor italiano. Sin embargo, ¿no es cierto que también el lector de prensa «rosa» realiza el proceso intelectual consistente en transformar determinados símbolos, palabras, en conceptos?

Sorprende que Sartori excluya el análisis del impacto que tan deletéreo medio de comunicación provoca en aquellos aspectos que integran la dimensión del hombre como ser constitutivamente social, religado a otros de cuya relación depende para realizarse como persona. El mundo simbólico del hombre es esencialmente interpersonal, de manera que no puede accederse a él sino por la comunicación con otras personas. El símbolo sólo se justifica en virtud de su condición de instrumento de la comunicación interpersonal y su significado está determinado por la convención social.

La televisión ejerce una influencia tan poderosa sobre el individuo que, en muchos casos, puede llegar a convertirle en una especie de apéndice del mobiliario doméstico que renuncia, al menos mientras subsiste la conexión hombre-televisor, a cualquier tipo de comunicación interpersonal; situación que puede adquirir un tinte patético cuando nos referimos a la ausencia de dicha comunicación entre los miembros que integran una misma familia³.

3. A este respecto, E. MACCOBY, en su escrito «Televisión. Its Impact on School Children», *Public Opinion Quarterly*, vol. XV, n.º 3, 1951, págs. 421 y ss., sostiene que el «aumento del contacto familiar producido por la televisión no es social, a no ser en su sentido más restringido: el de estar en la misma habitación con otras personas».

A este respecto, se ha dicho, también, que «a medida que el cada vez más poderoso medio de la comunicación de masas ofrece toda clase de posibilidades para la influencia propagandística, creando en el mismo hogar una influencia con la que jamás hubieran podido soñar los periódicos y los libros, y se percibe la crisis de la esfera privada como esfera segura y a cubierto de los embates sociales»⁴.

Por último, en su condición de ciudadano, el individuo se encuentra igualmente sometido a la influencia de la televisión, habida cuenta de la extraordinaria repercusión que dicho medio posee en su percepción de la realidad social y política; fenómeno, este último, que se integra en un proceso que ha sido descrito como la «televisación de lo público»⁵.

Desafortunadamente, Sartori renuncia en *Homo videns. La sociedad teledirigida*, al estudio de los efectos que en los regímenes dictatoriales se deducen de la videopolítica, concentrándose de forma exclusiva en el examen de la incidencia que su utilización implica en los sistemas liberal-democráticos. Obviamente, la influencia adquiere un carácter teratológico en aquellos sistemas en los que el poder político controla *ad libitum* los medios de comunicación o, mejor dicho, en aquellos sistemas en los que no existe pluralismo informativo, habida cuenta de que dicho pluralismo es, en apariencia, consustancial a los sistemas democráticos.

Aceptando como premisa la definición de la democracia como un gobierno de opinión, Sartori concluye que «actual-

4. PLESSNER, Helmut: *Das Problem der Öffentlichkeit und die Idee der Entfremdung*, Göttingen, 1960, pág. 9.

5. La expresión se debe al ingenio de M. JIMÉNEZ DE PARGA, y ha quedado recogida en algunos de sus trabajos, entre los que podemos destacar; *La ilusión política*, Madrid, 1993, págs. 129-132; «Ideas para una democracia del siglo XXI», *Democracia y sociedad*, Madrid, 1996, págs. 16-21.

mente, el pueblo soberano opina sobre todo en función de cómo la televisión le induce a opinar. Y en el hecho de conducir la opinión, el poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política contemporánea».

El influjo de la televisión en el curso de formación de la opinión pública se patentiza en los procesos electorales, condicionando tanto la elección de los candidatos, especialmente en aquellos casos en que «el sistema electoral está personalizado, es decir, cuando se vota en colegios uninominales para candidatos único», como «su modo de plantear la batalla electoral» o «la forma de ayudar a vencer al vencedor».

Al mismo tiempo es posible constatar la magnitud de dicha influencia si se tiene en cuenta que la televisión se convierte en el enlace que permite al gobernante estrechar su relación con el gobernado. Como subrayó Heller, «la opinión pública cumple ante todo una función legitimadora de la autoridad política»⁶, de manera que al erigirse la televisión «en el portavoz de una opinión pública que en realidad es el eco de regreso de la propia voz», la clase política tratará de adaptar sus decisiones a aquello que, aparentemente, le demanda el ciudadano a través del medio.

Esta situación puede adquirir un tono dantesco cuando hablamos de la existencia de oligopolios informativos, pues, tal y como ha puesto de relieve Jorge de Esteban, «los propietarios de los medios ejercerían su enorme poder político sobre dos frentes: sobre el Gobierno y sobre los ciudadanos, convirtiéndose ambos en títeres del nuevo *Big Brother* al que se refería Orwell»⁷.

En este entramado juegan un papel determinante los sondeos de opinión. Sostiene Sartori que «la sondeo-dependencia es

la auscultación de una falsedad que nos hace caer en una trampa y nos engaña al mismo tiempo. Los sondeos no son instrumentos de demo-poder ... sino sobre todo una expresión del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo; y su influencia bloquea frecuentemente decisiones útiles y necesarias, o bien lleva a tomar decisiones equivocadas sostenidas por simples rumores, por opiniones débiles, deformadas, manipuladas, e incluso desinformadas».

En general, estamos de acuerdo con el autor, aunque cabría preguntarse cuál es el peso específico que estos sondeos ejercen en el ánimo del ciudadano. El asunto es verdaderamente interesante; pero, desgraciadamente, no es posible, por motivos de espacio, analizar éste y otros aspectos con la profusión deseada.

No nos resistimos, en cualquier caso, a avanzar que la proliferación de los mismos es, sin duda, un factor digno de ser tenido en cuenta.

Tal vez suceda, con respecto a la influencia a la que nos hemos referido, que «se produzca un cambio de opinión en contra de la orientación que marcan los medios de comunicación a causa del exceso de propaganda del bombardeo persuasivo»⁸. Se trata, en efecto, de una opción que no debemos descartar.

Son muchos los aspectos dignos de ser discutidos. Desafortunadamente, tenemos que renunciar a esta posibilidad, porque, de no hacerlo, este trabajo dejaría de poseer las características propias de una recensión. En cualquier caso, estamos convencidos de que sólo los grandes libros son capaces de invitar a la reflexión y suscitar el debate, y *Homo videns. La sociedad teledirigida* lo hace.

CARLOS FERNÁNDEZ-DELGADO
Prof. de Derecho Constitucional
Colegio Universitario Domingo de Soto

6. HELLER, Herman: *Teoría del Estado*, México, 1971.

7. ESTEBAN, Jorge de: *Elpodery la noria*, Madrid, 1995, pág. 331.

8. ESTEBAN, Jorge de: *Por una comunicación democrática*, Valencia, 1976, pág. 69.