

CORRIGIENDO A SARTORI: UN ANÁLISIS SOBRE SU CONCEPCIÓN DE LA IMAGEN Y EL “FIN DE LA RAZÓN”Andrés Valdez Zepeda, Mario A. Beltran Villaruel y Delia A. Huerta Franco¹**Resumen**

El artículo diserta desde la perspectiva crítica sobre las tesis y postulados centrales de Giovanni Sartori en materia de imagen. Se apuntan algunos elementos que reflejan las contradicciones y debilidades argumentativas de los postulados de este politólogo italiano. Se concluye que Sartori no sólo está errado en sus apreciaciones sobre la imagen y su relación con el mundo de la razón, sino que este teórico florentino realiza una interpretación reduccionista, reflejando una visión muy corta, distorsionada y poca informada de lo que es la imagen y lo que ésta ha representado en la historia del hombre y la naturaleza humana.

Palabras clave

Tesis Sartori, imagen, erros, falsedades, comunicación audiovisual, nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y nueva cultura visual.

y P

1. Introducción

El tema de la imagen siempre ha interesado al hombre. Desde la antigüedad, se consideraba la representación de imágenes, como es el caso de las pinturas rupestres, los grabados y los petroglifos, un medio para trascender y comunicarse con los demás, mismas que fueron plasmadas tradicionalmente en rocas y cavernas. Estas expresiones artísticas primitivas tenían, por un lado, un fin mágico religioso y, por el otro, una forma de representación histórico-cultural para comunicarse con nuevos grupos sociales y generaciones, al representar en sus grabados generalmente al hombre en su interrelación con los animales y el medio ambiente.

En la antigüedad, también, los romanos hicieron un uso intensivo de las imágenes. En un principio, sobre sus monedas se imprimían imágenes de sus dioses (Venus y Ceres). Sin embargo, desde el año 42 antes de Cristo, el emperador Julio César ordenó acuñar monedas (denarios) con su efigie, como parte de sus estrategias para obtener una más alta popularidad y un fuerte respaldo social de su pueblo. Fue de esta manera, como el poder civil se fusionó con el poder religioso utilizando las imágenes impresas en las monedas como medio de socialización política (propaganda) y fortalecimiento del Estado romano.

Esta práctica perduró por muchos años, hasta que el Estado y la iglesia se enfrentaron por el poder político y económico, iniciando el Estado una fuerte campaña para combatir la “idolatría representada por el uso de las imágenes en el culto” a partir del año 730 después de Cristo, ya que este hecho era considerada una práctica pagana contrario a las escrituras.² Fue así como los retratos estaban prohibidos, las esculturas se evitaban y las pinturas quedaban reducidas a representaciones simbólicas.³ De esta forma, el emperador romano León III (el Isaurio) prohibió el culto a las imágenes religiosas y mandó destruir toda representación cristiana de figuras religiosas o del evangelio. Esta política iconoclasta fue secundada por su hijo Constantino entre los años 813 y 820.

La prohibición en el uso de la imagen estuvo vigente hasta el año 783, cuando fue restablecido por el II Concilio de Nicea. Sin embargo, habría de imponerse una segunda etapa iconoclasta entre 813 y 843. A partir de este año y hasta la actualidad, los iconódulos, como se llamaban a los apoyadores de la imagen, se impusieron en esta

lucha, convirtiéndose la imagen en un medio de propaganda ya no sólo política, sino también religiosa y comercial.

Con el desarrollo de la imprenta, la fotografía y el cine, la imagen logró un mayor protagonismo como medio propagandístico y publicitario. Sin embargo, no fue sino hasta la invención y desarrollo de la televisión y la internet, cuando el imperio de la imagen se impuso como el paradigma hegemónico, ya no sólo en el área propagandística en materia política y religiosa, sino también en la gran mayoría de las acciones y esferas de desarrollo del ser humano.

En la época contemporánea, Giovanni Sartori, uno de los politólogos más importantes del siglo XX, se unió a las críticas en contra del predominio de la imagen, a la cual contrapuso al pensamiento y la razón. De acuerdo con Sartori, un mundo concentrado sólo en ver es un mundo estúpido, ya que la imagen atrofia la capacidad de comprensión y construcción del pensamiento abstracto del hombre, afectando con esto su nivel de raciocinio.

En este escrito, se describirán las tesis centrales de Sartori sobre la imagen, se hará un análisis y discusión crítica de sus postulados y se plantearán algunas conclusiones sobre la importancia de la imagen en las sociedades modernas.

2. Las Tesis Centrales de Sartori

En el libro *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida* (1998) Sartori hace una feroz crítica a la imagen y al poder de la televisión. De acuerdo a este politólogo florentino, el *homo sapiens*, producto de la cultura escrita, está siendo desplazado por el *homo videns*, centrado en la imagen. De esta forma, el *homo sapiens*, un ser caracterizado por la reflexión y por su capacidad para generar abstracciones, se está convirtiendo en un *homo videns*, una criatura que mira pero que no piensa, que ve, pero que no entiende, lo que está produciendo una especie de regresión evolutiva en la que el hombre está perdiendo la capacidad de pensar y entender.

De acuerdo a Sartori, a los hombres se les educa desde la niñez con base en imágenes, que le enseñan que lo que ve es lo único que cuenta. Un niño formado en la imagen se reduce a ser un hombre que no lee. Será un adulto sordo de por vida a los estímulos de la lectura y del saber transmitido por la cultura escrita. Así, la función simbólica de la

palabra queda relegada frente a la representación visual. Dicha formación visual va atrofiando su capacidad para comprender, afectando su capacidad de abstracción, pues su mente crece ajena al concepto que se forma y desarrolla mediante la cultura escrita y el lenguaje verbal.

En consecuencia, un hombre que pierde la capacidad de abstracción es incapaz de racionalizar. El hombre video formado, se ha convertido en alguien incapaz de comprender abstracciones, de entender conceptos, que han sido sustituidos por las imágenes. Es decir, el video ver desactiva nuestra capacidad de abstracción, empobreciendo la capacidad de entender. De esta forma, la cultura de la imagen rompe el delicado equilibrio entre pasión y racionalidad.

Respecto de la televisión, Sartori señala que ésta destruye más saber y más entendimiento que el que transmite. De esta forma, este politólogo niega la posibilidad de formación por medio de la información audiovisual, dudando seriamente de la posibilidad de que la televisión pueda ser usada como vehículo cultural. Sartori agrega, “la imagen no tiene un contenido cognoscitivo, es prácticamente ininteligible.” El actor de ver anula, en este caso, el de pensar. La imagen, además, anula la posibilidad de hacer abstracción de los conceptos como democracia, libertad, solidaridad e igualdad, entre otros, ya que un millón de imágenes no dan un sólo concepto.

3. Corrigiendo a Sartori

Como se mostró en el apartado anterior, el *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida* (1998) no sólo es un análisis de la influencia de la imagen y la televisión en la sociedad actual, sino que representa toda una nueva concepción iconoclasta, en la que se culpa a la imagen de muchos de los actuales males de la sociedad. Sin embargo, muchas de las tesis de Sartori están equivocadas y otras sólo representan verdades a medias, como se demostrará a continuación.

En primer lugar, Sartori contrapone la imagen al pensamiento, al anteponer el *homo videns* al *homo sapiens*, la cual en sí es una falacia. De hecho, el hombre piensa en imágenes, ya que no es posible, por ejemplo, que el ser humano piense en un objeto, como puede ser un carro, una casa o una fruta, sin que a la vez se lo imagine. Esto mismo pasa con conceptos abstractos como democracia, libertad, solidaridad y paz

social, entre otros. Es decir, el hombre piensa en imágenes (que deriva de imaginar las cosas), ya que incluso las personas que han nacido ciegas o perdido la vista también realizan una representación iconográfica al evocar un pensamiento. Al contraponer la imagen al pensamiento, Sartori no sólo desconoce la esencia de la naturaleza humana, sino que, además, está faltando a la verdad, ya que para el ser humano no es posible pensar más que en imágenes. Al respecto, Aristoteles creía que el pensamiento consistía en imágenes y que dichas imágenes tenían el poder de evocar emociones que revelaban la sabiduría interior.

En segundo lugar, Sartori al tratar de defender la cultura escrita en contra de la imagen muestra un profundo desconocimiento de lo que ésta es y representa, ya que la escritura es y siempre ha sido una imagen simbólica y codificada. De acuerdo al Pequeño Larousse Ilustrado (2008), la escritura es un sistema de signos utilizados para escribir y comunicar algo. Es un sistema de representación gráfica de una lengua por medio de signos gravados o dibujados. Las letras son signos y los signos son imágenes. En consecuencia, la cultura escrita que Sartori equivocadamente contrapone a la imagen, se sustenta en signos visuales, es decir, en imágenes. Por su parte, las palabras son signos de orden convencional que al relacionarse entre sí conforman el código del lenguaje.

En tercer lugar, Sartori también se equivoca al señalar que las imágenes no tienen la potencialidad de evocar pensamientos, ni posibilitan la capacidad de abstracción y raciocinio del ser humano. Al revés, las imágenes más que otra cosa, posibilitan la construcción no de uno, sino de una gran pluralidad de pensamientos e interpretaciones. Un ejemplo claro de esto es el arte abstracto (pintura, escultura y artes gráficas), mismo que es definido como un lenguaje visual dotado de su propia significación y sujeto a múltiples lecturas, mismo que está orientado a evocar diferentes interpretaciones por parte de quienes lo perciben (Gombrich, 2007).

Es decir, una imagen puede evocar y generar diferentes pensamientos en el ser humano, dependiendo del sujeto que la observe. Lo que más generan las imágenes son pensamientos e interpretaciones por parte del ser humano, ya que sin imágenes su capacidad de raciocinio se vería seriamente afectada. Es decir, las imágenes son generadoras y detonadoras por excelencia de múltiples pensamientos e interpretaciones diversas por parte del hombre. Un ejemplo de esto, es el caso de Monet, el pintor

francés de arte abstracto, cuya principal virtud de su arte es generar abstracciones por parte del público que observa e interpreta sus obras.

En cuarto lugar, la historia de la imagen no se reduce a la historia de la televisión y ni siquiera a las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. La imagen ha estado presente a lo largo de la historia del hombre desde la época de las cavernas hasta la actualidad, desde las pinturas rupestres, pasando por las representaciones míticas religiosas hasta la imagen digital. En otras palabras, la imagen ha acompañado al hombre desde que este es hombre y forma parte de su naturaleza perceptiva, por lo que no se puede disociar la naturaleza humana de la imagen, ya que esta es la percepción,⁴ representación, modelización e idealización de la realidad que hace el hombre en un tiempo y espacio determinado.⁵ El hombre percibe su realidad a través de sus sentidos, pero es un ser eminentemente visual, ya que la vista incide en el 85 por ciento de las decisiones que toma (Gordoa, 2003). Es decir, la imagen está directamente asociada a su naturaleza perceptiva y ésta ha jugado un papel muy importante en la historia de la humanidad. Antes del invento de la televisión, la imagen social se representaba en los grabados, las pinturas, la fotografía, la fotocopia, las imágenes impresas y el cine.

En quinto lugar, no toda la televisión ni todas las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones están orientadas a la manipulación de los ciudadanos, ni se puede negar categóricamente la capacidad formativa de los medios audiovisuales. Efectivamente, mucha de la programación televisiva está orientada a entretener a la gente y manipular a la opinión pública y, en muchos de los casos, a “idiotizar a la población.” Sin embargo, no se puede negar también la existencia de espacios y programas culturales y educativos utilizando los nuevos medios audiovisuales (Duart, y Sangrá, 2007). La Internet, por ejemplo, ha permitido democratizar la información poniéndola a disposición de millones de usuarios a costos extensibles, posibilitando incluso la existencia de muchos canales culturales y educativos de televisión vía internet (Rodríguez 1999). Es decir, al generalizar sobre el uso de la televisión como medio de enajenación, Sartori deja de lado la amplia gama de espacios y programas educativos, culturales y formativos sustentados en las nuevas tecnologías digitales existentes hoy día.

Ciertamente, la actual televisión puede empobrecer drásticamente la información y la formación de ciudadanos, principalmente la impulsada por los grandes monopolios

televisivos. Sin embargo, no se puede generalizar que toda la televisión sea enajenante y anticultural.

Además, Sartori culpa al instrumento (televisión) sobre el uso que el hombre predominantemente le ha dado, exculpando, de cierta manera, la responsabilidad humana. Sin embargo, la televisión (y menos la imagen) no son los responsables de su uso o de su abuso, ya que este medio es como una idea, que en sí no es buena ni mala, depende del uso que se le dé y en manos de quien esté. Muy posiblemente, en manos de un ser malo, será mala; pero en manos de un ser bueno, puede ser buena. En todo caso, el responsable de su abuso es el hombre, pero no necesariamente el instrumento. Es decir, no es la televisión mala por sí misma, sino los intereses políticos, económicos y religiosos de quien está detrás del negocio televisivo.

En sexto lugar, la obra de Sartori más bien es un tratado de nostalgia por el pasado y una falta de entendimiento, valoración y diálogo con las nuevas generaciones. Sartori se formó en la cultura de la escritura y la lectura, propia del pasado, y no entiende las nuevas formas de comunicarse y educarse por las nuevas generaciones a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, propias del presente. Por eso contrapone el *Homo sapiens* (forjado según él por la cultura escrita y de la palabra) al *Homo videns* (esclavo de la imagen), excluyendo de su visión toda posibilidad de complementariedad entre la escritura, la palabra y la imagen.

Para este politólogo florentino, la escritura y la lectura fueron los forjadores del raciocinio del hombre, mientras que la imagen ha deteriorado la capacidad de entender, desconociendo que sin la capacidad humana de ver la lectura y la escritura sería prácticamente imposible o, al menos, muy difícil, como pasa con los ciegos.

En séptimo lugar, Sartori también se equivoca cuando señala que el acto de tele ver está cambiando la naturaleza del hombre, ya que el predominio del ver produce un efecto sobre la sociedad, le atrofia la capacidad de entender. Por ejemplo, es un hecho que las actuales generaciones de creadores y científicos del mundo en los diferentes campos de desarrollo nacieron en la era de la televisión, por lo que no se puede argumentar seriamente que se les ha atrofiado su capacidad de entendimiento y razonamiento. Si las tesis de Sartori fueran ciertas, el mundo estaría ya paralizado, no habría nuevos desarrollos científicos y tecnológicos y la “sociedad de los idiotas” estuviera

predominando, ya que la televisión se inventó a finales de la década de los veinte del siglo pasado, logrando su predominio a partir de los años sesentas y setentas. Es decir, todas las actuales generaciones de seres humanos nacieron ya en la era de la televisión y, de cierta manera, han sucumbido a sus influencias.

Además, las nuevas generaciones de jóvenes se comunican más que las antiguas generaciones usando ahora la internet y las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones. Leen y escriben también más, a veces a diario y de forma impulsiva, usando dichas tecnologías, aunque ya no lean tanto libros y tratados como se hacía antes.

En octavo lugar, el hombre por naturaleza es un “animal simbólico (Cassirer, 1977), por lo que la imagen siempre ha sido un factor real de cohesión y poder, estando presente en la política desde la antigüedad. Es decir, no se puede dissociar la naturaleza del hombre de su carácter simbólico, ya que el lenguaje, el mito, el arte, la religión y, en gran medida, la política constituye partes de la red simbólica del hombre. Los símbolos patrios, por ejemplo, que dan identidad y cohesionan a una determinada sociedad, como la bandera, el escudo y el himno nacional, forman parte ya no sólo de la historia de las naciones-Estado, sino también del propio ser humano. En este sentido, Sartori, al criticar a la imagen, crítica también la naturaleza (simbólica) misma del ser humano, a la cual pretende rescatar o salvaguardar en su manuscrito.

En noveno lugar, Sartori desconoce que la imagen es un signo, icono y símbolo y que los símbolos son la representación del concepto que configura el receptor por medio del mensaje percibido.⁶ En este sentido, los símbolos expresan algo conceptual, lo que contradice el argumento central de Sartori quien señala que la imagen deteriora la capacidad de abstracciones y entendimiento de conceptos por parte del ser humano. De acuerdo a Vázquez Medel (2002), la simbolicidad constituye el núcleo mismo de lo humano, tanto en la esfera de lo individual como en la de lo colectivo o social.

En décimo lugar, Sartori al contraponer la imagen a la palabra desconoce que el ser humano utiliza comúnmente imágenes en sus palabras, ya que, de cierta manera, las palabras también son imágenes. Un claro ejemplo de esto, es el lenguaje metafórico. Ahora bien, las palabras que describen y evocan imágenes, aquellas sustentadas en figuras retóricas, son las más persuasivas, las que logran trascender y comunicar mejor

un mensaje. Por su parte, el lenguaje y la expresión corporal, respaldados en la forma más que el contenido, refuerzan y dan vigor a las palabras.

Sin imágenes, la palabra no existiera o sería muy difícil su articulación. De hecho, la escritura y la lectura son un ejercicio de codificación y decodificación respectivamente de una imagen gráfica. Por su parte, la palabra es una traducción e interpretación directa o metafórica de la imagen, un signo e icono interpretado y verbalizado.

4. A Manera de Conclusión

El trabajo de Sartori, se inscribe dentro de la tradición iconoclasta y las tendencias intelectuales centradas en lo que se ha llamado la “crisis de la razón.” Sin embargo, su interpretación reduccionista es una visión muy corta, distorsionada y poca informada de lo que es la imagen y lo que ésta ha representado en la historia del hombre y la naturaleza humana.

Por fortuna, no hay una crisis de la razón, sino que se está imponiendo una nueva razón en la que la imagen está ocupando un papel más protagónico en la vida del hombre. En este sentido, estamos transitando hacia otra cultura, hacia otro horizonte civilizador sustentado en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. La postura de Sartori habla del final de una visión de la historia, una visión del pasado, pero no del fin de la propia historia.

Esta nueva realidad y el avance tecnológico no están ocasionando que el video ver desactive nuestra capacidad de abstracción, y con ella, nuestra capacidad de comprender los problemas y afrontarlos racionalmente. No. El video ver está generando también otras capacidades de abstracción y de construcción intelectual diferentes.

Más que un empobrecimiento cognitivo, la imagen está generando una pluralidad y enriquecimiento de perspectivas, estimulando el pensamiento y la creatividad del ser humano. Es decir, contrariamente a las tesis de Sartori, más que contraponerse al pensamiento y a la razón, la imagen la estimula y complementa. En consecuencia, la imagen no es sinónimo de irracional, ni mucho menos de estupidez.

Tampoco desincentiva la lectura, ni la escritura. El libro electrónico, las redes sociales sustentadas en la internet, el messenger, el facebook, los twitters, las televisoras

culturales del Estado y las universidades, así como los nuevos videos educativos en tercera dimensión son ejemplos de que la lectura y la escritura asociada a la imagen siguen presentes como parte de la nueva realidad.

Por otro lado, la imagen no se reduce sólo a la televisión, ni tampoco al hecho de ver. La imagen existe más allá incluso de la vista y la competencia visual del ser humano. Ha existido antes y, seguramente, existirá después de la televisión. Las imágenes son más expresivas que las palabras y hablan por sí mismas, como lo apunta el adagio: Una imagen comunica más que mil palabras. A lo largo de la historia, la imagen ha estado asociada a la autoridad, genera credibilidad, identidad, aceptación, trato y veneración. Emociona, persuade y sintetiza. Esto ha sido cierto no sólo en el ámbito religioso y político, sino en las diferentes esferas del desarrollo del hombre.

y P

Bibliografía

Cassirer, Ernest (1977). *Antropología Filosófica*. México, Colección Popular, Fondo de Cultura Económica.

Duart, Josep María y Albert Sangrà (2007). *Aprender en la Virtualidad*. España: Editorial Universidad Oberta de Cataluña (UOC).

Gombrich, Ernest (2007). *La Historia del Arte*, España, Editorial Phaidon.

Gordoa, Víctor (2003). *Imagología*: México: Editorial Grijalbo Mondadori, S. A.

Larousse, Diccionario (2008). México: editorial Limusa.

Rodriguez, Martín E. y AHIJADO QUINTILLÁN, M. (1999), *La educación a distancia en tiempos de cambios: Nuevas generaciones, viejos conflictos*. Madrid: De la Torre.

Sartori, Giovanni (1998). *El Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*, Taurus, Madrid.

Segura Sevilla, Sergio (2002). Del "Hombre simbólico" al "Homo videns": ¿una mutación antropológica? *Revista de Filosofía* No. 11. Laguna España.

Vazquez Medel, Manuel Ángel (2009). *Palabra e Imagen: De la transformación de los signos a los signos de la transformación*, Universidad de Sevilla en <http://huespedes.cica.es/aliens/gittcus/lisignoscambio.htm>

¹ Breve semblanza de los autores: Profesores e investigadores del CUCEA de la Universidad de Guadalajara. Línea de investigación: Comunicación organizacional, Guadalajara, Jalisco, México. azepeda@cucea.udg.mx

² Según el Génesis, Jehová creó al hombre a su imagen y semejanza, por ello el acto humano de crear figuras era percibido como una ambición arrogante y un reto blasfemo del hombre hacia el creador (Isis Saavedra Luna, *La Historia de la imagen o una imagen para la historia*, Revista Cuicuilco, Sep-dic. del 2003, año 10, número 29, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.

³ Véase Arnaldo Hauser, *El Movimiento Iconoclasta* en, <http://bibliotecaignoria.blogspot.com/2009/09/arnold-hauser-el-movimiento-iconoclasta.html>

⁴ En psicología, la palabra *imagen* significa reproducción mental, recuerdo de una vivencia pasada, sensorial o perceptiva, pero no forzosamente visual.

⁵ Es la percepción que los individuos tienen de la realidad, de los hechos, fenómenos y procesos que se generan en su entorno. Es la representación mental de esa realidad en su complejidad y diversidad. Es la modelización que hace el sujeto de esa realidad basada en su cultura, su idiosincrasia, las mediaciones sociales y su experiencia. Es la idealización de la realidad abierta a múltiples y, muchas veces, encontradas visualizaciones.

⁶ Fernando Antonio Gonzalez Lozano, *Estructura simbólica y percepción de la realidad*, en <http://www.arqhys.com/articulos/simbolica-percepcion.html>, fecha de consulta 25 de noviembre del 2010.