



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Juan José García Noblejas Información y Persuasión,

Servicio de Publicaciones, 1990, 656 pp.

Este volumen, magníficamente editado, corresponde a la publicación de las actas de las III Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información, celebradas en la Universidad de Navarra los días 3 y 4 de noviembre del pasado año. Como se indica en la "Presentación", el tema de estas jornadas y, por lo tanto, del libro surgió como desarrollo natural de las discusiones y debates generados a raíz de las ponencias y comunicaciones de las anteriores jornadas. Se trataba, pues, de analizar algunos de los tópicos y estereotipos que se vienen manejando en el ámbito de las Ciencias de la Información, como los de "objetividad, neutralidad, equilibrio, transparencia, etc.", desde la óptica de la persuasión, precisamente porque conviven sin excesivos problemas reales con otros estereotipos como manipulación, desinformación, tráfico de influencias, etc." (p. 11). Si hemos de hacer balance, hemos de decir que estos temas han sido abundantemente tratados en este libro, y que tópicos como los de "objetividad" o el de la "sacralidad de los hechos" han sido abiertamente contestados por la mayoría de las comunicaciones. Aunque es difícil enjuiciar una obra de este tipo, precisamente porque al ser distintos los autores son distintas las calidades (y este volumen no es excepción a esta regla), llama la atención el buen nivel científico de las ponencias y de buena parte de las comunicaciones. Si siempre es positiva la publicación de una obra de este tipo, porque el hecho de enfrentarse a los problemas ya es algo positivo, en este caso ha de añadirse otra positividad: la de la seriedad de gran parte de los trabajos. Hay una serie de ideas recurrentes a lo largo de estas páginas (ideas que han surgido desde planteamientos muy diversos); son las siguientes: 1) La ideología ilustrada ha impregnado las reflexiones en torno a la información de un cientifismo que pervierte la naturaleza y el carácter práctico de la información (es decir: político, estético, ético, retórico y también – en cuanto a las técnicas, y para algunos autores no sólo en cuanto a las técnicas – poético). 2) Los hechos necesitan ser interpretados para constituirse como hechos, por lo tanto no tiene sentido alejar de la información la interpretación. Los hechos no explican nada, sino que ellos mismos necesitan ser explicados. 3) El totalitarismo de los hechos lleva a dos actitudes: el abuso de poder y el escepticismo. 4) Ha de despojarse a la persuasión de su carácter negativo. La retórica no es una cosmética engañosa, sino una actividad de hombres libres que intentan compartir con otros la visión de la vida. No se puede establecer la ecuación "retórica sofística". 5) No cabe separar de la información el aspecto retórico/argumentativo, ya que la información es siempre para un destinatario. 6) En consecuencia, una buena información se guía por la ley del respeto: respeto a la verdad, respeto a los otros, la información tiene un carácter prudencial. 7) No se adelanta nada con negar el aspecto retórico, argumentativo, político, estético, etc. de los textos informativos. La objetividad de la ciencia consiste precisamente en adecuarse a su objeto. Estas ideas recurrentes, que hemos expuesto en forma de tesis, no son un punto de llegada. Son un punto de partida para la investigación posterior. El trabajo del congreso, y la publicación de este libro, puede servir para el comienzo de la fundamentación de una ciencia de la información que respete la naturaleza de su objeto, el discurso informativo/la acción informativa (un único objeto si esto se estudia desde la Pragmática). En este sentido, la discusión queda abierta para las próximas Jornadas de Ciencias de la Información, que tratarán precisamente sobre el "Discurso Informativo"; este libro bien puede ser la base para las discusiones e investigaciones futuras. En esta segunda parte de la reseña comentaremos algunos de los artículos de que consta el volumen, No es posible tratar aquí de todos ellos. Nos centraremos en los que por un motivo o por otro más han llamado nuestra atención. El libro se inicia con una ponencia de R. Alvira titulada "Las Luces de la Razón: sobre la unilateralidad de un concepto de información". Allí se muestra la incapacidad de la ilustración para fundamentar una teoría de la comunicación. Parte en sus explicaciones del adagio ilustrado Sapere aude!, planteando no sin ironía, si ésta es una propuesta que parte del entendimiento o de la voluntad. La crítica, como actividad constructiva – indica Alvira – no es posible desde el preciso momento en que se descubre al otro: la crítica no puede tener valor primario. La comunicación se ha de dar sobre una base común ya dada, que no es producto de la actividad crítica de los interlocutores. Los problemas que plantea la comunicación se han intentado resolver, en opinión del autor, por dos caminos: a) el convencionalismo; b) el recurso al carácter universal de la razón. El primer intento carece en sí mismo de fundamento racional, porque toda convención requiere un lenguaje previo ya común. El recurso al carácter universal de la razón fracasa porque para vivir de acuerdo con una razón universal se precisa una voluntad universal: se trata, pues, de un desideratum que lleva a una ética de la eficacia práctica, de manera que el poder político es quien, a la postre, decide lo que es ético y lo que no. De acuerdo con lo anterior, la "opinión pública" ilustrada sólo se podría mantener: a) sabiendo lo que es la razón pura; b) teniendo ésta efectividad práctica; condiciones que no se dan. En relación con lo anterior, R. Alvira salvaría: las ideas de la "comunicación universal" y de la "opinión pública", y la utilidad de la persuasión cuando ésta sigue fines morales, pero indica que "un fundamento racional para una comunicación universal sólo se puede encontrar si existe un sentido último que, aunque se pueda conocer racionalmente, en un detalle concreto y definitivo no puede ser más que objeto de fe" (p. 28). Sostiene, finalmente, que el ideal de objetividad planteado por la mentalidad ilustrada es imposible (cfr. p. 29). En esta ponencia se mantienen las tesis 1, 3 y 4 de nuestro elenco. La segunda es una ponencia de F. Colombo que lleva por título "Memoria social y mass-media", y quiere ser un "análisis de las transformaciones de la memoria cultural en el contexto social actual, y sobre todo en el ámbito de las comunicaciones de masa" (p. 33); consiste en una "descripción de los mecanismos de funcionamiento de la memoria social en los medios de comunicación de masas y en una serie de consideraciones sobre la progresiva disminución de la duración en un corpus de recuerdos en la memoria de la audiencia" (Ib.). En primer lugar, resulta problemático a nuestro entender el término "memoria social", concepto que no se explica. Nos resulta problemático porque nos sugiere el tristemente célebre concepto durkheimiano de conciencia colectiva, una especie de intelecto colectivo separado. A este respecto habría que indicar que, sin más precisiones, resulta poco feliz la expresión "memoria social", ya que no cabe más memoria que la de los sujetos particulares; tal y como está dicho, se le podría aplicar la crítica que hace Coseriu a Las reglas del método sociológico de Durkheim y a su concepto de conciencia colectiva (cfr.

Sincronía, diacronía e historia, 1.3.1.). Sin embargo, nos parece que cabe un desarrollo lícito de una teoría sobre la "memoria social", entendiendo lo social como "intersubjetivo", es decir: situando la memoria en los individuos. Y sería de hecho muy interesante estudiar la relación que se establece entre la memoria de los sujetos y las manifestaciones sociales de esta memoria. Pero, en nuestra opinión, no se puede dejar sin explicar el término "memoria social", porque es un concepto fundamental, y porque tal como está puede llevar a confusiones. En segundo lugar, yendo directamente a la cuestión, en este inteligente e interesante artículo Colombo plantea si la memoria cultural de los medios es más corta o no que en el pasado, Este efecto – el de la disminución – se explica en su opinión por la pérdida del carácter ritual de la comunicación. En la sociedad de la información periodística (dominada por la presencia del cine), las alteraciones del sistema cultural habrían dejado intacta la característica principal de la cultura tradicional: la ritualidad. La televisión también conservó – en su primera fase – la instancia ritual; sin embargo, las grandes transformaciones que se sucedieron a partir de la mitad de los 70 borraron cualquier residuo de ritualización en la fruición y en la comunicación. Con esto, habría un salto definitivo con respecto a la cultura tradicional: la información se apartaría del contexto, dejaría de actuar en un flujo informativo. Sería simplemente una mercancía para vender. En opinión de Colombo, a medida que el consumo aumenta, la cultura disminuye (cfr. p. 41). Al disminuir la cultura, disminuye el reconocimiento de la individualidad de los grupos y de los pueblos. Y con esto en su opinión se concluiría también el destino de los medios. Surgirían nuevas formas de agregación y de culturación: la comunicación medial acabaría por anularse a sí misma. El artículo de J.J. García-Noblejas supone una interesante reflexión sobre el quehacer informativo, Aquí nos explica una de sus tesis fundamentales: los medios informativos son creadores de ficciones ejemplares, como en su momento lo fueron las fábulas de Esopo. Así, "las informaciones periodísticas, y las demás que aparecen en la configuración del ámbito público, son ficciones, de modo semejante a los mapas de carreteras u otros" (p. 56); y a continuación precisa que "una vaca dibujada sobre el plano de la comunidad autónoma de Santander nunca ha significado que allí haya una animal de cien kilómetros de longitud" (Ib.). En la información, pues, como en el resto de las ficciones, hay pactos de lectura; sin embargo, la cuestión está en que los pactos de lectura de las ficciones informativas "no son muy conocidos en todas sus implicaciones prácticas" (Ib.). Los textos informativos serían, pues, ficciones pero toda ficción – indica citando a Vargas Llosa – hunde sus raíces en la experiencia humana, aunque – precisamente por no distinguir entre ficción y realidad – muchos sufren por esto terribles quebrantos (cfr. p. 58). A estos quebrantos llama García-Noblejas "síndrome Quijano-Bovary", y, en su opinión, este síndrome afecta a muchas personas, debido a la persuasión que desarrollan los medios informativos. A continuación habla de algunas de las aportaciones que, desde la semiótica, pueden hacerse a la teoría de la información; mecanismos que permitan explicar las técnicas persuasivas que se utilizan en la información (trabajos de Kibédi Varga, E. E. Ryan y H.J. Child). El artículo concluye destacando el carácter prudencial de la actividad informativa, punto de vista fundamental para entender otros aspectos de la información. A este respecto nosotros querríamos indicar que el aspecto veritativo de la información y el prudencial no pueden estar en contradicción; que el carácter prudencial presupone – a nuestro entender – el veritativo, porque su prudencia necesariamente se fundamenta en la verdad, como la verdad práctica se fundamenta en la verdad teórica. En este artículo se mantienen las tesis 1,4,5,6, e implícitamente también la 7. La ponencia de M.ª A. Labrada coincide con la anterior en la crítica de la supuesta "objetividad" de la información. Se pregunta por qué tipo de verdad se da en la información y en el arte. Defiende la tesis número 5 del elenco, e implícitamente tal vez la 1 y la 7. El artículo de Liminski es una exposición sobre las técnicas desinformativas de la URSS. Por lo que respecta a las comunicaciones, éstas se hallan agrupadas en torno a cuatro grandes temas: 1) "La argumentación cultural hegemónica"; 2) "Persuasión cognoscitiva (información), persuasión ideológica (propaganda) y persuasión comercial (publicidad)"; 3) "La persuasión: técnicas y géneros periodísticos"; 4) "Retórica de la persuasión". Hablaremos muy sucintamente de algunas de ellas, que coinciden más claramente con nuestras 7 tesis. La comunicación de A. Cruz es una reflexión sobre las raíces filosóficas de la manipulación. Según el autor, detrás de toda manipulación hay una voluntad de dominio y una pérdida de la noción de la naturaleza: un olvido de en-sí de las cosas. El trabajo de J. A. Alonso y M. A. García es un excelente estudio semiótico sobre la publicidad de Eusko Alkartasuna en las elecciones al Parlamento vasco de noviembre de 1986. Es un buen ejemplo de la ayuda que puede prestar la semiótica al estudio de los textos informativos. Sorprende el esfuerzo analítico de los autores y la capacidad heurística del método empleado. Carlos Barrera presenta un estudio sobre el modo en que se planteó el referéndum español de 1966. Lo que aquí se muestra es que lo que en realidad se votó fue el apoyo al régimen de Franco. El de M.ª V. López es un interesante análisis sobre el vocabulario y ámbitos de persuasión del eslogan publicitario actual. Trabajo similar al de A. Méndiz sobre el género narrativo en los spots de televisión y sus fórmulas de persuasión publicitaria. M.ª P. Martínez Costa escribe sobre el "Carácter persuasivo de los modos genéricos del discurso informativo". Los géneros supondrían una distinta relación con la realidad: cada categoría del discurso informativo en un intento de captar la complejidad de lo real y ofrecerlo al público. Mantiene, pups, las tesis 4 y 5 de nuestro elenco. La comunicación de C. Naval es una reflexión sobre algunos aspectos de la Retórica de Aristóteles: sobre el sentido y valor de los medios de persuasión. La comunicación de F. Sánchez supone una crítica a la objetividad. Los datos requieren ser incluidos en una explicación del mundo que les dé sentido. Mantiene la tesis número 2 del elenco. J. L. Orihuela realiza un estudio sobre el recurso a la lógica de los hechos como argumento persuasivo. Muestra cómo los hechos son aquello que debe ser explicado, y no aquello que explica su realidad. Mantiene las tesis 1,2 y 4. Por último, A. Vilarnovo escribe sobre "Dialéctica, Política y Retórica en Aristóteles". Es un intento de explicar cuál es la concepción de Aristóteles sobre estas realidades. El estudio aporta abundantes textos de Aristóteles, con los que se reconstruye y explicita el pensamiento aristotélico. En conclusión, pensamos que esta publicación es importante por varios motivos: a) puede servir como propuesta para una nueva ciencia de la información que trate sobre el discurso informativo; b) incluye dentro de lo informativo los aspectos estéticos, éticos, retóricos y poéticos; c) viene a cubrir un hueco no cubierto hasta ahora en la bibliografía en español. Antonio Vilarnovo

Antonio VILARNOVO