

CUESTA, Ubaldo

Psicología Social de la Comunicación

Madrid, Editorial Cátedra, 2000, 271 págs.

Los expertos de la comunicación son al campo de la comunicación persuasiva lo mismo que los economistas al de los fenómenos económicos: capaces de explicar el éxito o el fracaso de una campaña, como los economistas hacen con las políticas económicas, *a posteriori*. Sin embargo, tras brillantes éxitos prácticos se encuentran sepultados cientos de comunicaciones persuasivas —publicitarias o propagandísticas— sin eficacia o relevancia alguna, obras de aprendices de brujos con una visión excesivamente simple y mecánica de los procesos comunicativos. Pues bien, la obra de Cuesta, directamente dirigida a la formación de los futuros expertos de la comunicación, pone bases, algunas de gran profundidad, para que la reflexión teórica acompañe a la ejecución práctica.

Modelo tras modelo (o corrientes teóricas y autores) repetidamente, en distintos contextos, que pueden aportar algo a la constitución de esta disciplina, la Psicología Social de la Comunicación, son abordados con seriedad. Constituye una panorámica de las distintas formas de interpretar el proceso comunicativo en general, pero, sobre todo, en los medios masivos, bajo el concepto de modelo. Enfrascado en la tarea de fundamentar una disciplina, el autor mantiene sólidamente que la fuerza de ésta se encuentra en la fuerza de sus modelos.

El texto tiene las virtudes y los

defectos de los trabajos académicos que, para ser publicados, se transforman en manuales. Su posible utilización previa como memoria de oposición, donde se ha tenido que defender la propia percepción de una disciplina ante una comisión de expertos, conduce a que el repaso de autores y corrientes sea exhaustivo. Prácticamente no falta nadie de los considerados fundamentales, de los que tradicionalmente se han encontrado dentro de la disciplina. Tal estrategia de sujeción de lo reconocido —lo clásico— en la disciplina se convierte en conservadora, si no se da también voz a los trabajos más actuales, que intentan la renovación. Para este menester se dedica un sintético capítulo final que se hubiera enriquecido, como el conjunto de la obra, con una presencia mayor de las investigaciones, programas y corrientes que se encuentran actualmente trabajando en el campo, aun cuando todavía no sean consideradas clásicas, ni se encuentren plenamente reconocidas por el conjunto de la profesión. La retórica de las memorias de oposición asfixia las posibilidades de debate con corrientes actuales. Las cuasimecánicas, como habitualmente vacías, referencias a los Galileo, Popper o Kuhn, no parecen dejar hueco para conocer el lugar dado por el autor a corrientes próximas a los *cultural studies*, a las que hablan de una Psicología Social postmoderna o,

simplemente a autores como Turner, nombrado sólo una vez a partir de una introducción; corrientes y autores que dan un lugar primordial a la comunicación y que, aun cuando hubiera sido para mostrar una desaprobación que se intuye por lo escrito, podrían haber tenido cabida en lo que se presenta como un manual, entendiéndose tal género como una introducción dirigida hacia la diversidad. El aire de memoria académica despierta la sospecha de si las exclusiones se deben más a cuestiones de pragmática inmediata, a cuestiones “formales”, o a algo que se deriva del propio contenido y fondo del texto, a saber: que esas u otras aportaciones actuales todavía no pueden considerarse como modelos, pues de hecho —las mencionadas— no se presentan como tales. Sin ser modelos, su lugar en la fundamentación de una disciplina de carácter experimental ha de ser marginal.

Lo conflictivo es apenas abordado cuando lo que posiblemente había que defender en los orígenes del texto era la institucionalización de la disciplina. De hecho, entendido exclusivamente como manual, apenas se explica la intensa defensa de la relevancia de la Psicología Social de la Comunicación dentro de las Ciencias de la Información. Aún menos, el empeño en separar la Psicología Social de la Comunicación de una Sociología de la Comunicación un tanto caricaturizada (la exclusiva referencia como “modelo sociológico” al trabajo de Riley y Riley) o, simplemente, de la Sociología, en lo que nos toca y teniendo en cuenta que acertadamente se considera

a Laswell el padre de la disciplina (pág. 53). Ya en campos ajenos, apenas se tratan los escasos puentes que se establecen con todas aquellas especialidades que trabajan alrededor del análisis del discurso, donde la Psicología Social se encuentra presente.

La memoria se impone al carácter didáctico que ha de tener un manual. Es paradójico que un texto sobre la comunicación deje fuera instrumentos comunicativos habitualmente explotados por los manuales como: esquemas, gráficos, figuras (sólo hay 3), resúmenes, conceptos principales, exposición de los objetivos de cada tema, etc.. No hubiera venido nada mal que, tras los resúmenes de los distintos modelos, se mostrase un gráfico con sus conexiones y desconexiones, ayudando así al alumno a moverse en la diversidad de propuestas.

Es un manual que no parece un manual, sino que adquiere las características formales de los ensayos o las monografías. Ahora bien, la exposición un tanto aséptica —sin apenas implicación personal con lo dicho—, que es loable desde su caracterización como manual, hace insuficiente el texto para alcanzar estos últimos géneros. No es que el autor deje de mostrar su posición. La vinculación que establece entre individualismo metodológico y Psicología Social (pág. 48) es toda una declaración de principios. De hecho, su inclinación a favor de los modelos basados en un *sujeto de la percepción* es clara, frente a los modelos que lo hacen en un *sujeto de la persuasión* (persuadido). Una transparencia que se agradece ante la extensión de las

distintas concepciones que ofrece la obra; pero se tiene la sensación de que el autor se hubiera mostrado más libre y personal sin las constricciones del formato memoria-manual. Así, entre las páginas más interesantes se encuentran aquéllas en las que el autor refleja sus propias experiencias de investigación, como las referidas a los efectos en función de la modalidad del canal. Aquí, el lector se queda aún con mayores ganas de entrar en la descripción de las investigaciones. Lo que ocurre al hablar de las otras corrientes de estudios se acentúa en ésta, pues: a) de buena parte de las otras, especialmente las suscritas por los clásicos (Hovland, Festinger, Lazarfeld, etc.), se tiene más información; y b) parece perderse la oportunidad de que el trabajo de investigación sea descrito por quien lo ha vivido desde dentro, cuando el resto del texto está descrito “desde fuera”.

Como manual, el texto alcanza sus mayores cotas cuando la estructura de la exposición se fundamenta en un ejemplo. Es lo que hace, entre otros, con la presentación del modelo motivacional (pág. 90 ss). Primero se ofrece un caso real: el fallo de una campaña institucional recogido por Robertson. Después, una mínima referencia a la actualidad del problema: proyección a las campañas de la Dirección General de Tráfico. Para,

por último y de manera detallada, ir pasando a las respuestas que van dando las distintas concreciones teóricas del modelo.

El interés general de la obra de Cuevas se ve, por lo tanto, condicionado por los vaivenes de sus sucesivas concreciones formales. Es como si, a veces, el contenido, enormemente sustancial y enriquecedor, de alguien que conoce profundamente su materia, no encontrase la adecuación en el formato de un manual; mientras que, en otras ocasiones y desde otro punto de vista, apenas se percibiese tal formato. Cuando la adecuación entre conocimiento experto y expresión quedan articuladas, como en el ejemplo antes referido, la lectura gana en intensidad e interés. Por otro lado, una edición defectuosa: errores ortográficos de notable grosor, como el *eurístico* [sic] del índice (pág. 271), expresiones incorrectas (“este tipo de aproximaciones no han sido muy utilizadas en el ...”), el propio autor (auto) nombrado como V. Cuesta (pág. 221), una bibliografía en la que esporádicamente aparece referido el lugar de edición, etc., afean un trabajo que, sin duda, hubiera merecido mejor presentación.

JAVIER CALLEJO
UNED. Madrid