

MIGUEL ROIZ: *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, 2002 (281 págs.)

De acuerdo con la propia manifestación del autor de este libro, se trata de presentar los contenidos de los medios de comunicación desde un punto de vista crítico, a la par que se efectúa un replanteamiento de la sociología de la comunicación de masas. Su hipótesis principal es que los contenidos crean y moldean el control cultural que ejercen los medios y, participando de una de las opiniones más conocidas de Manuel Castell, que cada vez se utiliza menos para mantener el orden social capitalista –liberal (yo, por mi parte, opino que también los “otros”)– las formas institucionales de violencia, pensando “convencer” –*persuadir* es el término que emplea Roiz– mediante la aplicación de técnicas y procedimientos directamente derivados de los medios de control cultural y control de masas.

Con este horizonte como pretensión, Miguel Roiz pasa revista a las diversas corrientes que desde la perspectiva sociológica (y también psicológica) han tratado este tema, deteniéndose, consecuente, en los autores que integraron la Escuela de Frankfurt, más tarde y ya desde Estados Unidos llamada “crítica”, y los componentes de la destacable panoplia de sociólogos franceses que se preocuparon por señalar el papel y los efectos que sobre la sociedad de la abundancia y de las libertades públicas ejercían los medios de comunicación. Es lógico que Roiz ponga énfasis en esos dos puntales de la crítica a la sociedad capitalista y hasta de la anticapitalista –Marcuse, Adorno, Fromm...–. Y es lógico por un doble motivo. Por un lado, porque teniendo en cuenta la importan-

cia cuantitativa y cualitativa de ambas escuelas tal proceder no puede ser más correcto. Y en segundo lugar, por la característica de “paleo-Mayo” que Miguel Roiz posee, como igualmente bastantes de los sociólogos previos a la institucionalización de la sociología en España.

No obstante, el autor abarca el amplio abanico de teorías sociológicas que se han interesado por la comunicación y sus efectos: de Ross y Thomas a Ellul, Van Dijk o Sartori, pasando por la opinión de grandes vacas sagradas de la sociología como Parsons y Merton.

La sociedad persuasora no es un libro de texto. Habrá quien lo estime como un defecto y otros como una virtud. Tampoco es el clásico ensayo. Se encuentra a mitad camino entre lo uno y lo otro. Constituye un conjunto de páginas magníficamente escritas en las que con una habilidad sorprendente para sintetizar y resumir el amplio campo temático de la comunicación, Miguel Roiz logra no sólo introducirnos, sino también darnos a conocer, sincrónica y diacrónicamente, como ha llegado y hasta donde va la sociedad de la información.

La cualidad de “persuasora” se va manifestando en la primacía del consumo y por consiguiente en el ciudadano consumidor, el omnímodo poder de los medios, la situación de la opinión pública, la publicidad seductora, la industria cultural, la del espectáculo, etc. No cabe duda que Roiz es también un gran persuasor. Aunque en varias ocasiones nos aclara que persuasión no es manipulación, a través de su lectura nos vemos cercanos, si no sumidos, en la manipulación de los medios de comunicación.

Si hay que echar algo en falta en este libro, es su carencia en cuanto a señalar los efectos positivos que también se en-

cuentran en todos esos procesos. Por otro lado, creo que actualmente se tiene que reconocer que a pesar de todos los “pesares” –que no niego y sí confirmo– somos más libres que nunca, como también más ricos culturalmente, y que el protagonismo de la opinión pública, aunque limitado, es importante y creciente.

No estoy de acuerdo con la opinión de Roiz de que en la sociedad persuasora “el individuo se encuentra siempre localizado y no tiene escapatoria posible”. Tampoco creo que se haya “suprimido de un plumazo” la posibilidad de libertad y la autonomía de las masas para crear opinión o para expresarla en el espacio público. 1984 no ha existido más que en el calendario. Los grandes mecanismos propagandísticos que han construido terribles dictaduras se han desplorado como un castillo de naipes en el momento en que ha desaparecido de la escena el terror de la fuerza y la fuerza del terror. Un “tigre de papel”, decía Mao del imperialismo, y realmente “tigres de papel” han sido los aparatos ideológicos de esos sistemas en los que se incluía la opresiva persuasión de la maquinaria propagandística.

En otro orden de cosas, por mucho que nos disguste a algunos, tendremos que admitir que la tiranía de la moda, el consumo y el espectáculo en y con sus características actuales..., aún cuando aparezcan estimulados, constituyen expectativas sociales profundamente enraizadas en la globalizada cultura vigente y en el tipo de personalidad básica emergente de ella. Se me antoja que entre lo que podríamos designar “modo de producción persuasor” y el conjunto social existe una especie de *feedback*. Se le estimula, pero de acuerdo con las demandas sociales. Y se aceptan sus consecuencias con auténtico “gustirín”, como si de un masaje se tratara, aquello que le ofrecen a través de las técnicas persuasoras. *Desolé*, que dicen los franceses. Lamento llegar a esta conclusión y espero que Roiz, o cualquier otro me convenza –en realidad me reconvenzan– de lo contrario.

Una gozada de libro, no sólo por lo que enseña, pues se aprende mucho y bien, sino porque también nos posibilita la reflexión y el enfrentamiento dialéctico con el autor.

(Juan Maestre Alfonso)

ANTONIO GARCÍA BENÍTEZ: *Virgenes, fraternias y banderías*, Padilla Libros, Sevilla, 2002 (256 págs.)

Las fronteras entre sociología, antropología social o cultural –a gusto del productor– y psicología social son más bien difusas. Sujeto, objeto e instrumental técnico es lo que hace desplazar una investigación o estudio para situarla en alguno de estos campos disciplinarios. La sociología centra su interés en los fenómenos derivados de la sociedad industrial, se pivota principalmente en las

estructuras sociales y utiliza primordialmente técnicas cuantitativas, con la encuesta como reina. Los antropólogos se interesan por las llamadas sociedades tradicionales o *folk*; la pieza central de sus argumentaciones es la cultura y emplean técnicas, por supuesto también “predominantemente”, cualitativas, entre las que destaca la observación participante a la que precisamente, y por algo será, se la ha designado como “método antropológico”.

Pues, de acuerdo con estas coordenadas, *Virgenes, fraternias y banderías* se sitúa en