

Dado el conocimiento de la materia que poseen Salaverría y Negredo, y tanto por la estructura (lección, caso y claves) como por la orientación práctica, el empleo de un lenguaje accesible y el tono, que se aleja del formalismo académico, sin pérdida de rigor, la publicación puede satisfacer ampliamente las expectativas de especialistas o conocedores del campo más amplio del periodismo, académicos o profesionales; constituye, además, un excelente apoyo como material para la docencia.

Elvira García de Torres
Universidad CEU Cardenal Herrera

La información determinante

Eva Aladro Vico

Tecnos

Madrid, 2009

169 p.

ISBN: 978-84-309-4866-6

La autora parte del sintagma «información determinante» y prueba su gran fecundidad teórico-práctica. La teoría matemática de Shannon y Weaver le sirve como plataforma de lanzamiento para un viaje muy ambicioso. He observado que ya constituye un lugar común entre «estudiosos» de la comunicación atacar la teoría matemática de la comunicación de los dos autores citados. Me parece que vienen a lanzar algunos anzuelos que hace años estudió Amy Harris: «Voy a ser directo contigo, inexperto» (un Perseguidor a punto de comenzar su persecución), o «Ya sé que eso no es asunto mío, pero...» (Un disparo de aviso

desde el ángulo del Salvador). En realidad, dichos «estudiosos» olvidan lo que el propio Weaver resaltaba sobre el valor general de la teoría matemática¹.

A pesar de su generalidad, Warren Weaver destaca tres niveles relevantes según el tipo de problemas técnicos que planteen: a) El problema técnico de *precisión*; b) El problema semántico de *significado*; c) el problema de influencia o efectividad. Gustavo Bueno, Alberto Hidalgo y Carlos Iglesias pensaban que era fácil coordinar estos tres niveles con las dimensiones del lenguaje que distinguió Morris: Sintaxis, Semántica y Pragmática. Y Russell L. Ackoff consideró que las aportaciones de la teoría matemática de la comunicación habían resaltado el nivel sintáctico; él desarrolló, y de una manera muy notable, los niveles semántico y pragmático.

Dicho de otra manera: los críticos simplistas de la teoría matemática de la comunicación obran como aquellos que no dan importancia a los monumentos romanos o románicos sobre los que se construyen, a veces utilizando gran parte de sus piedras, otros edificios de estilos diferentes.

Partiendo de la naturaleza binaria de la información y del fenómeno del umbral, la autora pasa a considerar el poder de la información en el universo. Esto le obliga a plantearse el problema del relativismo y el determinismo vistos

¹ Es una teoría tan general que no se necesita fijar qué clase de símbolos se están considerando- si se trata de letras escritas o palabras, notas musicales, palabras habladas, música sinfónica, o cuadros. La teoría es suficientemente profunda como para que las relaciones encontradas se apliquen indiscriminadamente a estas y otras formas de comunicación. Esto significa, en efecto, que la teoría está lo suficientemente e imaginativamente motivada como para entrar en el mismo núcleo del problema de la comunicación y que las relaciones básicas planteadas se mantienen, en general, con independencia de la forma especial de comunicación de que se trate (*Teoría matemática...*, p. 40).

desde la información determinante, con lo que la autora levanta el vuelo filosófico, antes de enfocar diversos planos de análisis: El interpersonal, el interpersonal y el de la comunicación de masas.

El capítulo que dedica a la comunicación intrapersonal representa una síntesis muy valiosa de las teorías y cuestiones disputadas sobre este tipo de comunicación. El gran mérito de este Capítulo es que no incurre en el error de «compendio es dispendio», porque podemos utilizarlo como un mapa con el que orientarnos en múltiples problemas, por no decir laberintos. Los subtítulos van llevándonos de una manera natural de un asunto a otro, como ocurría en los guiones excelentes de la Edad de Oro del cine: al final de una escena, venía planteado el asunto que desarrollaba la escena siguiente. Lo único que echo de menos en este Capítulo son las muy importantes aportaciones de Eric Berne a la comunicación interpersonal. Principalmente, sus artículos tan importantes sobre la intuición y el Análisis Estructural de los Estados del Ego. La explicación que se me ocurre es que Eva Aladro ya se ha ocupado de Eric Berne y vuelve a ocuparse de él en el Capítulo siguiente, pero quiero dejar constancia de que él también aportó, y bastante, a la comunicación intrapersonal. Sin embargo, me ha sorprendido que la autora se ocupe de Napoleon Hill, pues yo le tenía asociado a libros sobre autoayuda. Resulta que Hill ideó su sistema de pensamiento creativo ya en 1928. Con lo cual, inmediatamente se me ha ocurrido compararlo con el camino que han seguido investigadores en comunicación no verbal tan importantes como Paul Ekman y Desmond Morris. Después de haber investigado a fondo durante veinte años, están dedicando parte de los años noventa y de los dos mil a lo que podríamos denominar los aspectos pragmáticos de sus investigaciones.

De nuevo, incurre la autora en el mismo acierto que en el Capítulo anterior: En pocas páginas recorre las principales aportaciones teóricas a la comunicación

interpersonal. No podían faltar las aportaciones de Bateson y de la Escuela de Palo Alto. Y me sorprende, también, que se remonte nada menos que al principio del «yo espejo», de Charles Cooley, autor de principios del siglo XX. Cuando hablo de principios, me refiero nada menos que a 1902. Con lo cual, Aladro da muestras de dominar muy bien, aunque no lo cite, el gran libro *Historian's Fallacies*, de David Hackett Fisher, pues he comprobado que tradujo un artículo de ese libro para un número de CIC, *Cuadernos de Información y Comunicación*, dedicado al humor. Este autor, uno de los más creativos que he leído, desmonta muchas de las falacias de los historiadores, aunque también podríamos decir de todos los científicos sociales. Entre ellas, la falacia de la «novedad», según la cual, un libro publicado hace un mes es mejor que otro publicado hace cincuenta años. Por mi cuenta, añado que hay libros que me parecen la fotocopia de la fotocopia de la fotocopia.... de uno o varios libros de hace muchos años.

Ya he adelantado que la autora se ocupa de la importancia de las aportaciones de Eric Berne a la comunicación interpersonal. Y desarrolla la teoría de las constelaciones familiares de B. Hellinger. Lo cual me parece muy bien, aunque me atrevo a decir que lo que ha hecho Hellinger ha sido prolongar la teoría del guión de Eric Berne. Y ha tenido mucho éxito.

La autora vuelve a recurrir a autores sólidos- Peirce, Freud, Tarde, Mircea Eliade, Jung, Spengler, Eric Fromm, Morin, Irving Janis- y después, notamos que se mueve con gran facilidad entre autores más cercanos. Creemos que sólo así puede mantener el tipo en un ambiente tan dado a la superficialidad como son algunos estudios sobre los medios de comunicación. Y gracias a esa fundamentación teórica, su libro puede inducir pensamientos creativos en los lectores. Sí, la creatividad, porque es la única alternativa a la trivialidad.

Y cuando hablo de creatividad, estoy pensando en investigaciones que aborden los problemas recorriendo los distintos planos que Eva Aladro cubre en su estudio.

Graciela Padilla Castillo
Universidad Complutense de Madrid

Ángel Herrera Oria, periodista

José María Legorburu Hortelano y José Francisco
Serrano Oceja (coordinadores)

CEU Ediciones

Madrid, 2009

184 p.

ISBN: 978-84-92456-42-0

Bajo la batuta de los doctores en Periodismo José María Legorburu Hortelano, actual Secretario Nacional de Comunicación la ACDP y por el consejero Nacional, José Francisco Serrano Oceja, ambos profundos conocedores de su figura, *Ángel Herrera Oria, periodista* reúne en diecisiete capítulos una completa panorámica de esta faceta del santanderino que abarca desde los orígenes de *El Debate* hasta su concepción de la empresa periodística, pasando por testimonios de alumnos que pisaron la Escuela de Periodismo y aprendieron de sus enseñanzas el buen uso de la pluma y el compromiso con su profesión y con la verdad.

El siervo de Dios Ángel Herrera Oria, primer Presidente de la Asociación Católica de Propagandistas (ACDP), comenzó su actividad apostólica como laico y periodista, aunque, probablemente, no sea éste su perfil más cono-

cido. Vivió el periodismo con pasión y como una verdadera vocación al frente de la dirección del diario *El Debate* hasta que sintió su llamada al sacerdocio. En esta obra, fruto de un curso de verano celebrado entre el 19 y el 22 de Julio de 2006 en Santander, se recogen las aportaciones de un amplio elenco de profesionales de la información, docentes e investigadores del Periodismo, historiadores y Obispos que profundizan, en un variado mosaico de capítulos sobre la figura de Herrera como periodista.

Con honda preocupación por la formación de sus redactores, Ángel Herrera ya en 1926 fundó la Escuela de Periodismo de la Iglesia, precursora en España de las actuales facultades de Comunicación que se institucionalizarían en 1971, creó los primeros Consejos de redacción, y modernizó y dignificó una profesión que hoy, como en su día, continúa no muy bien reconocida.

Para profundizar en los entresijos de su figura, la obra comienza con una introducción marco, en la que José Luis Gutiérrez García, antiguo colaborador de Herrera Oria y gran conocedor de su persona, sintetiza los ejes fundamentales que se desarrollarán en las páginas siguientes: su labor como director de *El Debate*, la creación de la Editorial Católica, los consejos de Redacción, la escuela de Periodismo, las campañas de opinión que se pergeñaron en el diario contra el laicismo en la educación, en pro de la libertad de enseñanza o sobre la recuperación sólida de las humanidades. Temas, no muy alejados de la España del siglo XXI.

A lo largo de las más de ciento setenta páginas de esta obra, se combinan capítulos de distintas áreas del periodismo, unos más conectados con la Historia como el de la doctora Cristina Barreiro que analiza la vida de *El Debate* entre abril de 1931 tras la proclamación de la II República hasta febrero de 1933, o el del Arzobispo castrense monseñor Juan del Río Martín que sitúa la cabecera en el contexto de la prensa católica española, fuertemente mar-