



**Máster en Estudios Comparativos de Literatura, Arte y
Pensamiento: Trabajos de fin de máster**

***“Retórica de la narración periodística: Una investigación
acerca del sentido narrativo y sus claves persuasivas en el
periodismo escrito”***

Autora: Berta Capdevila González

Director: Dr. Fernando Pérez-Borbujo Álvarez

18 de junio de 2013

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE CULTURA

Universidad Pompeu Fabra

Barcelona

ÍNDICE

2008

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1 Realidad, conocimiento y discurso.....	5
1.2 El nacimiento del narrativismo.....	7
1.3 La narración periodística.....	9
1.4 Retórica y ficcionalismo.....	11
1.5 Recapitulación y propósitos.....	12
2. GENERALIDADES. Acerca del potencial persuasivo de la narración.....	14
3. DINÁMICAS PERSUASIVAS DE LA NARRACIÓN.....	24
3.1 LA EMOCIÓN.....	24
3.1.1 La historia prototípica.....	24
3.1.2 La inercia narrativa.....	31
3.2 EL RAZONAMIENTO ANALÓGICO.....	34
3.2.1 Analogía y emoción.....	40
3.2.1.1 <i>Transferencia emocional persuasiva</i>	41
3.2.1.2 <i>Transferencia emocional empática</i>	43
3.2.2 Analogía y toma de decisiones.....	44
3.2.2.1 <i>Analogía laxa</i>	45
3.2.2.2 <i>Analogía estrecha</i>	47
3.2.3 Formas de analogía en la narración.....	48
3.2.3.1 <i>Analogía explícita</i>	49
3.2.3.2 <i>Analogía velada</i>	50
3.2.3.3 <i>Analogía transtextual o combinación conceptual</i>	51

3.2.3.4 <i>La metáfora</i>	54
3.2.3.5 <i>La narración como ejemplo y modelo</i>	56
4. PERSUASIÓN EN LAS OPERACIONES DE CONOCIMIENTO.....	59
4.1 IDENTIFICACIÓN.....	59
4.1.1 Identidad práctica e identidad categorial.....	60
4.1.2 Tipos, caracteres, modelos, roles y estereotipos.....	63
4.1.3 Usos persuasivos de la categorización.....	64
4.2 INTERPRETACIÓN.....	65
4.2.1 Selección.....	66
4.2.1.1 <i>El marco</i>	68
4.2.1.2 <i>La clave de interpretación</i>	69
4.2.2 Tipificación.....	71
4.2.2.1 <i>El género</i>	72
4.2.2.2 <i>Argumentos, motivos e intertextualidad</i>	73
4.3. EXPLICACIÓN.....	76
4.3.1 La causalidad.....	78
4.3.1.1 <i>La perspectiva dramata</i>	79
4.3.1.2 <i>Causalidad y moral</i>	80
4.3.1.3 <i>Causalidad e ideología</i>	82
4.3.1.4 <i>Causalidad y emoción</i>	83
4.3.2 Inicio y final.....	85
4.3.2.1 <i>Inicio, final y normalidad intelectual</i>	86
4.3.2.2 <i>Inicio, final y juicio moral</i>	87
5. CONCLUSIÓN.....	89
Bibliografía.....	92

1. INTRODUCCIÓN



El interés por la retórica de la narración no es otra cosa que interés por el esclarecimiento de la relación entre el discurso y la realidad, o lo que es lo mismo, la relación entre el conocimiento y la realidad, y las consecuencias prácticas que esta relación conlleva. A bote pronto se puede decir que la realidad es todo lo que existe, pero rápidamente nos damos cuenta de que para cada uno la realidad es sólo aquello que conoce y en la medida en que lo conoce. Si en pocos años después del nacimiento, nuestra realidad puede dilatarse desde el entorno más íntimo hasta abarcar el universo entero, es únicamente por el ejercicio del conocimiento, que a su vez depende de nuestra capacidad lingüística.

1.1 Realidad, conocimiento y discurso

El complejo fenómeno del conocimiento comienza por el acopio de información, que se obtiene en primer lugar a través de la propia experiencia y se amplía después gracias a la experiencia transmitida por los demás. Por ‘información’ se entiende el “acopio más o menos articulado de datos de toda especie” (DUCH y CHILLÓN, 2012: 34): percepciones sensoriales, sensaciones físicas y emocionales y, en un sentido más amplio, documentos y constelaciones de cifras que representan cuantitativamente el mundo. A menudo la información será “rica en significados diversos y dispersos”, pero no es suficiente para consumir el conocimiento, pues “la sola provisión de datos crudos no garantiza que quienes la reciben logren su entendimiento racional, y menos aún su comprensión ‘raciosensible” (ibídem).

La consumación del conocimiento requiere, de acuerdo con Lluís Duch y Albert Chillón en su *Antropología de la comunicación*, “establecer esa constelación de inferencias y nexos —de semejanza, diferencia, congruencia y causalidad— sin la cual no cabe alcanzar sentido alguno” (ibídem). El sentido es el resultado de un proceso intelectual que pone en relación los datos disponibles sobre un aspecto de realidad sirviéndose de todas las estructuras y esquemas de conocimiento previamente asentados que puedan esclarecerlos. Durante este proceso, la información nueva es coherentemente incorporada a los mapas previamente elaborados de la realidad, gracias a los cuales uno es capaz de orientarse y reconocerse en ella.

El conocimiento tiene una dimensión intuitiva y emocional que es difícil de formalizar. Pero en la medida en que, además de intuiciones, necesitamos razones que nos permitan entender y explicar la realidad, se hace necesaria una articulación más convencional y regulada, que toma la forma del discurso. Éste permite transmitir muchos tipos de información y elaborar ideas de gran complejidad. Pero lo más importante es que gracias a sus convenciones podemos entendernos los unos a los otros en ellas. A través del discurso forjamos colectivamente un conocimiento compartido de la realidad y por ende unas formas

comunes de conducirnos en ella. En este sentido podemos decir que el discurso tiene funciones tanto epistemológicas como políticas, y que éstas, entre ellas, son prácticamente inextricables: sólo actuamos con concierto si tenemos una idea concertada del mundo en que vivimos.

A estas alturas ya se dibuja claramente la aporía de la relación entre realidad y discurso: ¿cómo podemos dar cuenta de una realidad factual, objetiva, a través de un lenguaje puramente convencional? Y entre realidad y conocimiento: si la realidad es lo que conocemos en la medida en que lo conocemos, y el conocimiento es convencional porque se basa en el discurso, ¿entonces lo que llamamos ‘realidad’ también es una convención? ¿Dónde deja esto la noción de ‘verdad’? ¿Qué nos es dado conocer?

Hay una corriente de pensamiento que atraviesa la Modernidad, rastreable como mínimo desde Giambattista Vico hasta la actualidad, pasando por Immanuel Kant y especialmente por la elaboración que Friedrich Nietzsche hizo sus ideas, que reclama la legitimidad de un conocimiento relativo, interpretativo, apropiado al ámbito de lo humano — de lo social, lo psicológico, lo íntimo—, que renuncia a la búsqueda de la verdad absoluta en pro de las verdades subjetivas o intersubjetivas.

Esta corriente ha ido trasladando paulatinamente el foco de interés desde el objeto hacia el sujeto, poniendo el acento en la capacidad de éste para incidir en aquél a través del conocimiento. Es la consagración del paradigma hermenéutico, que parte, en palabras de Martin Heidegger, “del reconocimiento de una relación de inclusión y pertenencia mutua del sujeto, pretendidamente autónomo, y del objeto que se le opone”, de modo que “el sujeto que interroga debe ser considerado como perteneciente a la cosa sobre la que interroga” (Manuel Maceiras en RICOEUR, 1983: 13).

El pensamiento postmodernista, especialmente influido por Nietzsche, ha radicalizado esta postura hasta el punto de desembocar en una ideología de gran calado. Ha postulado una hipótesis según la cual, por lo menos en el campo de lo humano, es prácticamente imposible distinguir lo óntico de lo epistémico: la realidad ya no debe seguir siendo considerada un objeto sino más bien una creación del sujeto, un constructo sémico fruto de un ejercicio esencialmente poiético. De acuerdo con esta tesis, son los sujetos y las culturas las que dan forma a la realidad a través de la semiosis. Las operaciones de conocimiento han quedado asimiladas a las de la estética y existe un gran consenso en que la atribución de sentido es un artificio intersubjetivo que tiende un velo de inteligibilidad sobre una realidad insondablemente compleja, múltiple, diversa y, en última instancia, muda.

El sujeto ha sido sometido a la misma desarticulación. Considerando la idea de la unidad del ser como una ilusión metafísica tan artificial como cualquier otra, el postmodernismo ha puesto en barrena el concepto de identidad de la misma forma que lo hiciera con el de verdad. Después de esta caída el sujeto ha reaparecido como un complejo

descoyuntado de pulsiones, deseos, percepciones y memorias, que sólo una operación poética puede armonizar.

En este contexto cabía preguntarse: ¿Qué es lo que confiere unidad a aquello que llamamos hechos o acontecimientos sociales? ¿De qué manera puede el sujeto reconocerse a sí mismo en esta realidad tan múltiple e inconexa que llega hasta lo más profundo de su ser? Entre el idealismo de antaño y el relativismo radical de la Postmodernidad, Paul Ricoeur alumbró una propuesta teórica que, respetando los postulados postmodernistas, conseguía echar el lazo a su indómita realidad.

1.2 El nacimiento del narrativismo

De acuerdo con Ricoeur, la realidad no sólo es múltiple e inconexa, sino que presenta una temporalidad aporética. Es decir que la forma en que el pasado, el presente y el futuro concurren ante la conciencia genera incongruencias insalvables. Y lo único que puede unir significativamente todos estos retazos de acontecer es la lógica del relato, donde la multiplicidad espacio-temporal de la experiencia puede ser comprendida dentro de una unidad argumental, una idea, un sentido.

Profundizando en la noción del conocimiento como una poética, Ricoeur explica la semiosis de la trama a través de una analogía con la metáfora. De acuerdo con el autor, ambas figuras del discurso son capaces de generar nuevos sentidos a partir de la unión de elementos inicialmente discordes (1983: 33-34). Con ellas podemos representar la realidad asignándole un sentido armónico que antes no tenía. Y la peculiaridad de la trama es que, contando con la cronología y la causalidad como aglutinantes, “su función mimética se manifiesta preferentemente en el campo de la acción y de sus valores *temporales*” (ibídem), es decir que con ella podemos dar sentido a los acontecimientos de nuestra experiencia, a nuestra vida y a nuestras acciones en ella. El conocimiento narrativo es, en definitiva, un conocimiento práctico (Manuel Maceiras en *Ibídem*: 27), y a la vez un conocimiento creativo.

Las narraciones pasadas que han fraguado como conocimiento —en la tradición, en la historia, en la biografía de cada uno— configuran nuestra realidad práctica y por tanto inciden en las decisiones y las actitudes que adoptamos en el presente y de cara al futuro. A su vez, el sentido de las nuevas acciones que emprendemos y todo el conjunto de causas, razones, motivos y consecuencias que las envuelven, queda fijado por medio de nuevas narraciones que hacemos nosotros mismos, que hacen los demás, y que incidirán en opiniones, actitudes y acciones futuras. Es lo que Ricoeur denomina el ‘círculo de la triple mimesis’ (*Ibídem*: 113-161), un ciclo en que realidad y narración se realimentan mutuamente.

Estemos o no de acuerdo con el relativismo postmodernista que animó la investigación de Ricoeur, debemos reconocer la fecundidad de su teoría, y el atractivo intelectual que desplegaba en los años 80 cuando vio la luz. Aupó el relato y la imaginación en un momento en que los grandes discursos del racionalismo estaban en crisis, halló una vía de sentido en un

contexto en que las verdades vigentes hasta el momento se estaban disolviendo, dio una explicación, aunque parcial, a los sinsentidos de la historia reciente mostrando la vía de entrada del mito y la fabulación en la realidad práctica, y se sumó al creciente interés que estaba despertando el relato experiencial como elemento esencial de historiografía.

Desde una perspectiva retórica, consideramos que abonó el campo para el estudio de *la persuasión en el relato de conocimiento*. Señaló la narración como una de las principales fuentes de sentido de la realidad personal y social para, a continuación, mostrar como era de informal y de permeable por las tradiciones y las creencias —es decir por la *doxa*—, y finalmente afirmar su capacidad para incidir en la praxis. Pero no por la vía directa de la orden, la sugerencia o el consejo, sino de una forma mucho más sutil: incidiendo directamente en nuestra comprensión de la realidad.

Cuando hablamos de informalidad nos referimos a ese tipo de saber que carece de método y de sistematización, el que cada cual va reuniendo pedazo a pedazo con el vivir, y que se alimenta de la experiencia y de una plétora de tradiciones, costumbres, lecturas y prejuicios aprendidos pasivamente por efecto de la socialización o bien activamente por vía de la indagación y el cultivo personales. Es un saber eminentemente práctico, indispensable para la vida, pero inevitablemente parcial y prejuicioso, y por esta razón está surcado de persuasión en dos sentidos esenciales: la *persuasión asertiva*, que está dirigida —por los demás o por uno mismo— a conferir credibilidad a sus enunciados, y la *persuasión pragmática*, que está directamente enfocada a reforzar o promover opiniones, y sobretodo actitudes y acciones más o menos concretas.

Ricoeur y toda la tradición hermenéutica en general reconocieron el lugar que ocupaba ese saber informal tanto en el discurso de las disciplinas sociales como en la configuración de la sociedad misma¹. De acuerdo con el hipótesis hermenéutica, los acontecimientos sociales, al poner en relación muchas subjetividades, nunca son autoevidentes. La información que podemos recabar de ellos no se explica por sí misma, de manera que necesita ser interpretada. Y aquí es donde intervienen, de acuerdo con Ricoeur, las artes del relato y su componente informal asociado; ya que la interpretación, por mucho que obedezca las leyes de una disciplina formal, siempre tiene una dimensión creativa que, en el caso de acontecimientos y acciones, toma forma a través de la trama.

La hipótesis narrativista caló profundamente en la sociedad postmoderna, hasta el punto de que hoy en día el relato goza de gran prestigio como forma de conocimiento. Especialmente apreciado es el relato informal, el que conecta con nuestra experiencia y nuestras tradiciones aprendidas, el que impera en el discurso público. Así pues consideramos que es necesario empezar a tirar del hilo que dejó suelto Ricoeur e indagar sobre la naturaleza del sentido narrativo. Sobre la forma en que se genera, sobre el lugar que ocupan la opinión y

¹ Al hacer esta afirmación nos basamos en la defensa del lugar del prejuicio en el conocimiento que hizo Hans-Georg Gadamer en *Verdad y Método* respondiendo al desprestigio y al olvido en que lo había sumido el racionalismo ilustrado (1960: 331-377).

la persuasión en él, sobre el tipo de conocimiento que promueve en una sociedad y también sobre los efectos que puede ejercer en ella. A estas cuestiones consagraremos nuestra investigación.

El periodismo es un campo donde el conocimiento histórico y el informal se dan la mano en un producto que además está explícitamente orientado a la praxis, así que constituye un objeto de estudio perfecto para nuestros fines.

A primera vista el periodismo está dedicado a contarnos en primera instancia y de forma plausible ‘qué hizo quién y por qué’ o bien ‘qué le ocurrió a quién y por qué’ en el ámbito público. Estas preguntas son el germen del relato y a la vez son el correlato de las dimensiones esenciales del conocimiento: la interpretación —qué—, la identificación —quién— y la explicación —por qué. Así pues, asumimos que el relato tiene un papel esencial en la configuración del conocimiento periodístico. Pero antes de entrar en materia, haremos un esbozo de la problemática del conocimiento periodístico y examinaremos con más detenimiento el papel del relato en él. Y para terminar definiremos el punto de dicha problemática en que se sitúa nuestra investigación.

1.3 La narración periodística

Se suele hablar de la función informativa del periodismo, pero lo cierto es que nunca esperamos encontrar datos desnudos en las páginas de un periódico. Antes bien, lo que pedimos al periodismo es que genere conocimiento, y por tanto esperamos que ensanche nuestra realidad con información ya identificada, interpretada y a poder ser, explicada; le exigimos relatos.

El relato periodístico debe insertar la nueva información en una trama de causas y motivos, intenciones, finalidades y efectos que le dé sentido. Además de eso, está condicionado por la inmediatez que impone la actualidad, así que lo más habitual es que el periodista escriba su pieza sin contar con toda la información y la perspectiva que desearía para interpretar lo ocurrido. Por esta razón debe recurrir a “síntomas e indicios capaces de sustentar conjeturas verosímiles —que no demuestran ni tienen valor apodíctico alguno, nótese bien— y de tender trayectorias causales plausibles, amén de suturar los vacíos que impiden colmar los datos positivos sometidos a recuento” (CHILLÓN, 2006: 23). En resumen podemos decir que, además de recabar toda la información posible, el periodista debe activar su imaginación y echar mano de una buena cantidad de apriorismos para poder dar cuenta cabalmente de la actualidad.

A la luz de esta constatación se revela el carácter falaz del manido lema ‘*Facts are sacred, comments are free*’ que se ha repetido ritualmente dentro y fuera de la profesión durante décadas. Se había extendido una idea del conocimiento periodístico que atribuía un estatus de objetividad a los géneros informativos, mientras pretendía recluir las apreciaciones opinativas de los periodistas en los géneros explícitamente dedicados a ellas. Pero los avances

de la hermenéutica han hecho insostenible esta visión. Hoy en día somos conscientes de que la opinión impregna todos los productos periodísticos, y de que en parte es deseable que así sea. La información desnuda sería inmanejable para la mayoría de nosotros, y su elaboración completamente metódica exigiría una profundización y una perspectiva temporal que son contrarios a la noción de actualidad; al apremio con que queremos conocer lo que ocurre a nuestro alrededor, orientarnos en nuestro día a día y cumplir con los deberes democráticos.

Otro tópico periodístico es el que presume que los géneros de opinión son esencialmente argumentativos mientras que los informativos se basan en la narración. Aquí convenimos en que los géneros periodísticos informativos son eminentemente narrativos —no en vano se les ha llamado *story* en el mundo anglosajón—, pero queremos apuntar, apoyándonos en las observaciones de Héctor Borrat, que muchos de los textos de comentario² también lo son: “frecuentemente, los comentarios acuden al relato como punto de partida o como fragmento donde lo resumen o lo reescriben para hacer comprensible la trama y persuadir a la audiencia” (2000: 49). O dicho en términos más genéricos: “A wide range of thought and action, including a wide range of discourse, is guided by narrative structures. That guidance is most obvious in explicit stories. However, it is by no means confined to stories” (HOGAN, 2009: 201). Esto significa que buena parte de los comentarios sobre la actualidad no se basan en leyes de causalidad ni en generalizaciones inductivas, sino más bien la lógica narrativa.

Por otro lado, los fragmentos argumentativos que podamos encontrar, girarán entorno a una configuración de hechos y acciones que se habrá forjado previamente en las historias del medio. Como observa Borrat: “los *subsistemas de relatos informativos*³ proporcionan a los *textos argumentativos* una ‘actualidad’ ya tematizada que éstos últimos podrán volver a tematizar a su manera pero sin romper amarras con las tramas de las interacciones narradas” (*Ibidem*: 50). En definitiva, consideramos con Borrat que el relato es el tuétano del

² El autor opta por la traducción literal del término anglosajón ‘comment’ como alternativa a ‘géneros de opinión’. El sistema de géneros periodísticos anglosajón, de donde bebe el español, los agrupa en *story* y *comment*, y nosotros, como Borrat, preferiremos esta nomenclatura, puesto que permite escapar a la falacia antes mencionada sobre la división entre información y opinión.

³ Los subsistemas de relatos se insertan, de acuerdo con el autor, en el ‘relato global’ o ‘temario’ del medio informativo, concepto que sirve de base a su tesis, según la cual el relato es “el tipo de texto primero y primordial en la comunicación periodística”. “El medio informativo se nos presenta como narrador inseparable de nuestra vida cotidiana. *Narrador de un relato global y globalizador de relatos, ciclos de relatos, ciclos de relatos* [sic.] y *comentarios*, siempre abierto, en continua actualización, que —mientras el medio viva— se desarrolla y seguirá desarrollándose más allá del desenlace de cada relato o ciclo, sin poder anticiparnos ni anunciarnos su propio desenlace, pero que necesita de los globalizados —sus relatos y ciclos— para dotarse de sus tramas, sus personajes, sus escenarios y sus tiempos. Relato global y globalizador de ‘actualidades’ de corta, media o larga duración que devienen ‘pasados’ contextualizadores de ‘actualidades’ nuevas, pasados donde buscar antecedentes, donde descubrir causas y significados. De ‘actualidades’ históricamente contextualizadas para otear futuros anunciados o imaginables, deseados o temidos. [...] *Es este temario o sistema global el que identifica al medio de información general como narrador, entronizando al relato como el tipo de texto primero y primordial en la comunicación periodística. Todos los relatos y ciclos informativos son así fragmentos del gran relato —el temario— global, globalizador e inconcluso que los enmarca, los contextualiza, los refuerza y les asigna sentido*” (2000: 50).

conocimiento periodístico, y añadimos que, siendo así, las características esenciales del sentido narrativo deberán ser tenidas en cuenta para entender sus entresijos.

Es bueno reconocer que, por su función y sus dinámicas, el periodismo es seguramente la disciplina social que más oscila entre el conocimiento metódico y el informal, donde la doxa tiene más cancha. Pero precisamente por eso es necesario disponer de recursos de análisis y crítica que permitan someter el conocimiento periodístico a examen y acotar el campo del prejuicio. El problema es que el corpus conceptual de la retórica aún tiene mucho camino que recorrer para ponerse al día de los usos discursivos actuales, esencialmente de aquellos que atañen a la narración, tan olvidada por la retórica clásica y sin embargo tan usada hoy en día en todos los ámbitos de la comunicación.

Muchas voces se han alzado denunciando la manipulación en los medios. Es más, muchas voces, incluso en el ámbito académico, han lanzado prevenciones sobre la capacidad persuasiva del discurso narrativo. Es hora de que la retórica empiece a desarrollar una rama centrada en la persuasión narrativa que de respuesta a estas voces aportando claves para entender *cómo* se persuade a través de la narración. Estas claves nos servirían también para identificar las estrategias persuasivas del relato periodístico y someterlas primero al juicio racional y después al juicio ético.

Una cierta actitud postmodernista, sin embargo, dificulta enormemente esta labor. La concepción del conocimiento como una poética, que semantiza artificialmente una realidad ajena e indócil a los parámetros del sentido, ha derivado en el auge de un ficcionalismo que identifica la dimensión convencional y creativa del conocimiento con la ficción, propiciando todo tipo de confusiones. Ricoeur es uno de sus herederos.

1.4 Retórica y ficcionalismo

El ficcionalismo tiene la virtud de hacernos recelar de todo aquello que se presenta como verdad incontestable —desconfianza en la que aún resuenan el horror de los totalitarismos del siglo XX y, antes de eso, la crítica al objetivismo cientifista que se alzó ya en el XIX—, pero en contrapartida, socava los cimientos del discurso comprometido con el esclarecimiento de la realidad factual, de *lo que ocurre y ha ocurrido*, al dinamitar los criterios que permitían distinguirlo del que no lo está.

Así comienza una paulatina fagocitación del relato factual por parte del de ficción, propiciada además por la constatación de que a nivel estructural no existen diferencias reseñables entre uno y otro⁴, puesto que todos concurren en el campo de la narrativa. El problema de englobar todas las manifestaciones narrativas bajo la etiqueta de ‘ficción’ es que, de esta manera, se va extendiendo indiscriminadamente la suspensión del juicio ético que la ficción propiamente dicha venturosamente ganó para sí hace ya casi dos siglos.

⁴ Gérard Genette observó que en cuanto a orden, velocidad y frecuencia no tenía por qué haber diferencia alguna. Que sólo estaban vetados al discurso factual algunos recursos del modo y la voz por limitaciones impuestas por la estructura de lo real, que impedían al autor penetrar libremente en la subjetividad del personaje (1991: 65-93).

Esta liberación, que en el campo de la ficción permitió empezar a cuestionar y subvertir la moral y la ética predominantes en una sociedad, en el campo del relato factual propicia una desregulación que ya empieza a mostrar sus perversiones: descrédito del criterio de autoridad y del de fidelidad a los acontecimientos, supremacía de la emoción, un cinismo pujante, sensación de encontrarnos en un limbo ideológico —que sin duda alimenta la ideología reinante—, y proliferación de un maremágnum de interpretaciones sin puntos de referencia a los que acogerse. Con todo, resulta que el cultivo de esa imagen tan indómita de la realidad no dista mucho del misticismo que criticaba la Ilustración, una imagen que, tomada demasiado en serio, es tan perjudicial como cualquier otro metarrelato de los que criticaba el postmodernismo.

Con esta investigación nos sumamos a la corriente de pensamiento que trata de esclarecer el embrollo presente y encontrar referentes para juzgar la calidad del relato factual. Estamos de acuerdo en que existe una dosis de opinión y de creación en toda narración, pero ya que algunas tienen una incidencia directa, patente y deliberada, sobre la comprensión que tenemos de la realidad, consideramos que es necesario limitar el alcance de ficcionalismo y empezar a extender la conciencia sobre los usos doxásticos de la narración, sobre su capacidad persuasiva, y por tanto sobre su dimensión ética. Se impone una labor de análisis y conceptualización retórica que vaya aperando el juicio para una crítica de la persuasión narrativa.

1.5 Recapitulación y propósitos

La necesidad de una retórica de la narración nace de la constatación de que el relato es una instancia esencial de conocimiento y una potente herramienta de producción de sentido cuyo uso intensivo y sistemático se está extendiendo en todas las prácticas comunicativas del ámbito público; muy especialmente en la política y el periodismo.

Hasta ahora, tanto la antigua como la nueva retórica se han centrado de casi exclusivamente en el discurso argumentativo, reservando un espacio como mucho anecdótico a la narración, que ha quedado confinada a los límites de la teoría literaria. Esta inclinación ha dejado a la disciplina desprovista de recursos conceptuales para abordar el actual auge narrativista, carencia que sólo ha sido parcialmente enmendada por la crítica retórica anglosajona, heredera del legado de Kenneth Burke.

Hoy en día está extendida la prevención sobre el poder persuasivo de la narración, pero la cuestión de *¿cómo persuadimos a través del relato?* sigue huérfana de una respuesta cabal. Nosotros consideramos que esta respuesta debe formularla la retórica, y en oposición al oscurantismo que se cierne alrededor del asunto, defendemos que *la persuasión narrativa se desarrolla de acuerdo con unos principios propios, más o menos estables y observables, susceptibles de una cierta formalización, cuyo uso intensivo en la actualidad requiere del desarrollo de un campo de investigación propio.*

En la presente investigación nos centraremos en la dimensión de la *inventio* e indagaremos sobre lo que consideramos el meollo de la retórica narrativa: la relación entre conocimiento y persuasión. Identificaremos los aspectos de la estructura narrativa que propician su confluencia en la generación de sentido, y señalaremos algunos de los usos y efectos de dicha relación en el relato periodístico.

Para ello tomaremos como guía la obra de Paul Ricoeur *Tiempo y narración*, cuya perspectiva hermenéutica ha inspirado nuestro trabajo, pero además nos nutriremos de otras perspectivas que tienen mucho que aportar a la elucidación las cuestiones que nos ocupan. Daremos un lugar central a los experimentos de la ciencia cognitiva y nos apropiaremos de elementos de sociología y psicología social, de teoría literaria y de crítica de la cultura. Asimismo, dentro del ámbito de la retórica, recuperaremos nociones clásicas, visitaremos algunas perspectivas de la crítica retórica y traeremos al campo de la narración conceptos cultivados por la teoría de la argumentación.

El eclecticismo de nuestra propuesta responde la condición en que se encuentra actualmente la disciplina retórica. A causa del desprestigio que sufrió a lo largo de toda la Modernidad, sus temáticas fueron absorbidas y desarrolladas por otras disciplinas durante mucho tiempo. Y a pesar de la labor de recomposición llevada a cabo a lo largo del siglo XX, aún no podemos decir que la haya recuperado el vigor de antaño. Por otro lado, debemos reconocer que la retórica está más bien a la cola de la investigación entorno a la narración, lo cual nos obliga a extender nuestra mirada a las disciplinas vecinas para definir el punto en que se encuentra la cuestión.

Comenzaremos apuntando algunas características de la narración en general y de la narración periodística en particular que pueden potenciar su capacidad persuasiva. A continuación dedicaremos un primer apartado a lo que consideramos los dos ejes del sentido narrativo: la emoción y el razonamiento analógico. Y finalmente profundizaremos en las tres operaciones de conocimiento que se articulan en el relato: la identificación, la interpretación y la explicación. Mostraremos los resortes persuasivos de cada una de ellas, indagaremos sobre la manera en que la opinión se imbrica en su urdimbre y finalmente trataremos de elucidar el tipo de efectos tanto asertivos como pragmáticos que promueven, esto último a través de ejemplos periodísticos que nos sirvan como ilustración.

Al rematar la investigación esperamos haber confirmado la sospecha de que existe una dinámica de la *inventio* narrativa con una serie de principios estables susceptibles de ser ordenados y categorizados en un campo de estudio propio. Esperamos también haber contribuido a la elucidación de dichos principios. Y finalmente, esperamos haber puesto las bases para el análisis y la comprensión del sentido narrativo y sus sutilezas persuasivas en el discurso periodístico escrito.

2. GENERALIDADES

ACERCA DEL POTENCIAL PERSUASIVO DE LA NARRACIÓN



En el año 2007 Christian Salmon publicó una obra de marcado carácter apocalíptico donde advertía sobre los usos perversos que había adquirido la narración en las últimas décadas; la intituló *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. En ella afirmaba que el relato se había convertido en una efectiva “técnica de comunicación, control y poder” (2007: 32) que usaban sin escrúpulos desde políticos a instructores militares, pasando por publicistas y directivos empresariales.

Tratando de comprender mejor este fenómeno, el autor esboza la trayectoria que recorrió el interés por la narración desde su redescubrimiento por parte de la teoría literaria estructuralista en los años 60 hasta alcanzar la situación presente. Este objeto de estudio que los estructuralistas abordaron con tanta avidez cuando llegó a ellos a través del legado del formalismo ruso, pronto trascendió los límites de la literatura y empezó a propagarse por todas las disciplinas socio-humanísticas y esferas de la comunicación, hasta el punto de que en los 80 ya se hablaba del narrativismo como un fenómeno transdisciplinar, y en los 90 recibió su bautismo el llamado ‘giro narrativo’, que se consideraba la siguiente vuelta de tuerca del giro lingüístico (2007: 32-34).

A la vez, este fenómeno nacido en el ámbito académico se iba filtrando a todas las capas de la comunicación social, hasta el punto de que a finales del siglo XX se había generado todo un mercado entorno a la oferta de servicios de narración, que iban desde estrategias de marketing elaboradas por consultorías de comunicación hasta cursos, talleres y *workshops* donde se enseñaba la técnica del *storytelling*, primero dirigida a entornos públicos como la propaganda o el *management* empresarial, pero pronto también como recurso para mejorar las relaciones privadas. Contar historias se había convertido en la solución integral de comunicación por excelencia. De repente era la tipología discursiva preferida por todos los agentes que concurren en la esfera pública y paulatinamente se convirtió también en lo que ciudadanía espera oír cuando sintoniza un discurso político, cuando comienzan los anuncios en televisión, cuando sus directivos le dirigen una arenga o cuando lee la actualidad.

Pero, ¿a qué venía esa predilección por el relato en el discurso público? Quizás debamos ubicarnos en la historia de las ideas para poder responder a esta pregunta.

Después de las dos grandes guerras del siglo XX, la confianza que había depositado el pensamiento ilustrado en la razón como vía de progreso del hombre se desvaneció. Mejor dicho, la confianza en la razón siguió presente de alguna forma, pero se empezó a pensar que quizás había instancias irracionales que también guiaban las acciones del hombre y que se habían colado de extranjis en la historia universal. De repente, la idea de la emancipación del hombre a través de la razón se revelaba como una creencia, una ilusión similar a las de los

cuentos de hadas o a las de la religión. Y de ahí surgió la crítica postmodernista a lo que se consideraron grandes fábulas que habían pasado desapercibidas en los fundamentos del racionalismo, mientras en la superficie éste aparentaba haber confinado los mitos al mundo primitivo e infantil⁵.

Hubo un punto de inflexión en el curso del pensamiento, que supuso un cambio de sentido en el movimiento pendular entre mito y razón del que parecemos estar presos desde hace siglos. El mito, la creencia, la emoción y la experiencia personal, y la narración como estandarte de todos ellos, tomaron un nuevo impulso; no sólo con el reconocimiento de su lugar central en la psiquismo humano, sino como piedra de toque de un nuevo relativismo que había de seguir al fracasado imperio idealista y objetivista de la Ilustración. Por aquél entonces el movimiento Ilustrado había perdido su prestigio y se vinculaba con la ideología civilizadora que había justificado el colonialismo del siglo XIX así como con los totalitarismos que habían arrasado pueblos enteros en el XX.

Por oposición a las imposturas de la razón, el relato se consideraba el lenguaje de las entrañas, el que surgía naturalmente en la comunicación humana, el vehículo de la tradición, el que hilvanaba la experiencia íntima, motivaba actitudes y acciones, y subyacía a toda elaboración conceptual que la razón hiciera sobre el mundo. La narración era el lenguaje que había que reaprender para acceder a los veneros sentido, negados en su esencia por la razón y canalizados artificialmente para alimentar una sola y única verdad: la del poder.

Sobre la caracterización del relato como lengua atávica, es célebre la apertura de Roland Barthes al emblemático número 8 de la revista *Communications*, que se considera el toque de salida de la narratología estructuralista:

“Els relats del món són innombrables. [...] El relat comença amb la mateixa història de la humanitat; no hi ha, no hi ha hagut mai enlloc cap poble sense relat; totes les classes, tots els grups humans tenen els seus relats, i sovint aquests relats son fruites en comú per homes de cultura diferent, fins i tot oposada. El relat es burla de la bona i la mala literatura: internacional, transhistòric, transcultural, el relat és aquí, com la vida” (1966: 67).

El relato era el lenguaje de todos y para todos, el lenguaje de la vida. Las investigaciones del narrativismo iluminaron el camino para comprender la relación entre el relato y el conocimiento o la identidad, pero a la vez mostraron que ese discurso de raigambre mítica y emocional tenía una gran incidencia en la forma en que las personas se veían a sí mismas, miraban al mundo, y se orientaban en él. De ahí al uso deliberado de la narración como recurso persuasivo sólo había un paso.

La crítica postmodernista a los metarrelatos de la Ilustración pretendía alcanzar un nuevo estado de conciencia narrativa que permitiera a los individuos y los colectivos ser dueños de sus relatos y controlar así la construcción de su propia realidad —de ahí el constructivismo social. Pero la práctica rápidamente mostró que en el entorno social uno

⁵ Sobre esta cuestión versa *La condición postmoderna. Informe sobre el saber* que publicó Jean-François Lyotard en 1973 y que dio nombre a las corrientes de pensamiento de la postguerra.

nunca es el autor único de su relato. Que existe una negociación del sentido en que todos concurrimos, que el poder consiste en conseguir urdir el relato de los demás sin incluirlos en la conversación (CZARNIAWSKA, 2004: 5), y que la propia naturaleza de la narración presenta bastantes facilidades para la realización de esta argucia. En los albores del siglo XXI vieron la luz las primeras denuncias al ‘imperialismo’ de la narración (SALMON, 2007: 34).

“A través del discurso narrativo los hablantes pueden hacer afirmaciones esencialmente persuasivas que se oculten a la indagación y el cuestionamiento”, afirma Marsha Witten (1993: 143). El componente emocional de la narrativa y su lenguaje altamente impactante, “tienden a desalentar la respuesta crítica de los oyentes”. Además, la dinámica comunicativa de la narración dificulta el cuestionamiento del contenido ya que “por lo general suspende la conversación ordinaria y se aparta de un estado de la conversación que se realiza por turnos entre los coparticipantes”, limitando de esta manera “los tipos de respuesta que surjan a continuación” (ibídem: 145). En resumen, “el poder único del habla narrativa surge de su capacidad para postular pretensiones de verdad⁶ protegidas de la comprobación o el debate, al mismo tiempo que resultan persuasivas y fáciles de recordar” (ibídem: 144).

Convencionalmente, el uso de la argumentación presupone la defensa por parte del autor de una opinión sobre un asunto que admite varias —de ahí el acto de dar razones—, y eso invita al lector a cuestionar dicha postura antes de asentir o disentir de ella. La narración, en cambio, diluye su autoría y se presenta como conocimiento, ya sea de acontecimientos o de personas, y por tanto ella misma no abre debate alguno. Para introducir un cuestionamiento, el receptor debe violentar la trama y la dinámica comunicativa del relato.

Si eso no ocurre, la evaluación de un relato suele limitarse a “la coherencia interna de la historia (por ejemplo, la relación estructural entre los personajes, los acontecimientos y las escenas)” tomada en conjunto (ibídem). Eso significa que lo que puede hacer saltar la alarma de una mala narración es la falta de coherencia entre los elementos de la trama. La veracidad de los mismo, sin embargo, es secundaria, y en cuanto a los intereses, la ideología y los fines que animan al autor, nos atrevemos a afirmar que existe sólo una reciente y somera conciencia de ellos.

La trama es lo que hace un relato atractivo y cautivador, su magnetismo es lo que centra la atención del público. Una trama seductora tiene poder para influir en los autorrelatos de los demás. Una trama seductora y predominante, sostenida al unísono por todos los periodistas de un medio informativo influyente, tiene poder para influir en los autorrelatos de buena parte de la sociedad. Una trama seductora y única, sostenida por todos los medios influyentes de un país, tiene poder para influir en los autorrelatos de una sociedad entera.

Como decíamos en la introducción al hilo de la reflexión de (vid. supra, p. 11), no hay diferencias esenciales entre las posibilidades estructurales de un relato de ficción y de uno

⁶ La autora utiliza el término acuñado por Jürgen Habermas, que ella misma define de la siguiente manera: “Las pretensiones de verdad son afirmaciones implícitas contenidas en los actos de habla, que sostienen la verdad y la corrección moral de las proposiciones expresadas” (ibídem).

factual. Este último puede recurrir al lenguaje emotivo e impactante de la misma manera que en la ficción, y ejercer así el mismo tipo de fascinación en los lectores. El Nuevo Periodismo experimentó con esta posibilidad, viendo que

“era posible escribir artículos muy fieles a la realidad empleando técnicas habitualmente propias de la novela y el cuento. [...] En un artículo, en periodismo, se podía recurrir a cualquier artificio literario, desde los tradicionales dialogismos del ensayo hasta el monólogo interior y emplear muchos géneros diferentes simultáneamente, o dentro de un espacio relativamente breve... para provocar al lector de forma a la vez intelectual y emotiva” (WOLFE, 1973: 26).

Aunque esta no es la tendencia periodística dominante, hoy proliferan manuales, talleres, cursos y plataformas de periodismo literario que continúan cultivando este descubrimiento. Y en lo referente a la práctica habitual del periodismo, si bien se mantiene el trasnochado ‘estilo informativo’, su soporífera monotonía estilística trata de compensarse con tramas impactantes, fáciles y convencionales.

No queremos decir que el intento de crear tramas magnetizantes desemboque indefectiblemente en el simplismo o el sensacionalismo, pero sí es cierto que éste es uno de los recursos que tienen los medios informativos para hacerse atractivos, y que sin duda todos recurren a él, algunos con más escrúpulos, otros con menos. En este sentido, tanto el acervo teórico de la narratología como los manuales de escritura literaria o incluso cinematográfica pueden ayudarnos a entender de qué maneras puede el periodismo tratar de encandilar a su audiencia.

Desde una perspectiva retórica, y centrándonos en la *inventio*, a nosotros nos interesa indagar cómo se amolda la información a estas estrategias narrativas, y cómo incide esto en el tipo de conocimiento generado a través del relato. Debemos pensar que la selección de temas y datos, su articulación causal, la intriga, los puntos de interés, etcétera, serán por un lado fieles a la función informativa, pero por otro se adaptarán a esquemas genéricos previamente definidos y de efecto garantizado. De acuerdo con Albert Chillón,

“es incesante la dialéctica que se entabla entre el ‘hecho’ nuevo que los medios configuran y la cultura preexistente, integrada por configuraciones de contenido previamente acuñadas. Cada ‘hecho’ nuevo o inaudito es adscrito a un marco cognitivo ya dado, que le presta inteligibilidad al precio, eso sí, de *tipificarlo* en medida variable: esto es, de hacer comprensible lo singular poniéndolo en relación con una *configuración de contenido* conocida y suficientemente genérica. A su vez, al incorporar lo novedoso, tal configuración genérica adquiere una dosis adicional de legitimación” (1999: 55).

Como decíamos, esta dialéctica no se establece únicamente respecto a los esquemas fraguados en el campo periodístico, sino respecto de todas las prefiguraciones más o menos institucionalizadas que se hayan cultivado en las diversas narrativas de la cultura. Algunas han sido más desarrolladas en narrativas testimoniales, otras en narrativas informativas y otras en narraciones ficticias o históricas. Pero la cuestión es que existe un imaginario común al

campo de la narrativa, que promueve la realimentación y el trasvase de *tópicos narrativos*⁷ entre unos géneros y otros. Esta constatación puede resultar inquietante, pero es necesario asumirla para adentrarse en las dinámicas de la tipificación a que aludía Chillón, que consideramos centrales en la poética del conocimiento y muy especialmente en su dimensión opinativa.

Esto, nótese bien, no funde el relato ficticio y el factual, sino que reconoce que, en cuanto géneros narrativos, ambos poseen rasgos comunes, no sólo en su estructura formal y estilística, sino también en su articulación temática.

Por otro lado, los dos géneros presentan diferencias esenciales, la más importante de las cuales es la relación con su referente. Ante el relato ficticio, en arreglo al contrato ficcional que sugiriera Tzvetan Todorov, la tendencia a considerar la veracidad de los acontecimientos como un valor secundario no se presenta como un problema, al contrario, forma parte del juego. Combinamos normas de verosimilitud de la vida real con otras fijadas por el género o inventadas por el autor, y relajamos el juicio moral sobre el tipo de imagen que crea el autor de los mundos y personajes del relato.

En cambio, ante un relato factual exigimos, como requisito esencial, la veracidad de todos los hechos, dichos y personas representados en él. Además, exigimos que esta representación esté basada en un gran acopio de información relevante y contrastada, que el autor la articule desinteresadamente y que sea honesto sobre la perspectiva adoptada. Finalmente, esperamos por su parte una voluntad sincera de contención de la tendencia a tramar el relato de forma efectista y en arreglo a las convenciones si esto perjudica al contenido. Aunque emocionalmente seguimos inclinándonos hacia las tramas impactantes, racionalmente esperamos que el relato factual no sacrifique ninguno de los requisitos citados para hacerse más atractivo. El atractivo del relato, en este caso, es una cortesía del autor, nada desdeñable, pero sin duda secundaria. Barbara Czarniawska propone para el relato factual el reconocimiento de un *contrato referencial* (2004: 9) que, entendemos, en vez de ser extendido por el autor a su público —como el ficcional—, debería ser exigido por el público al autor, ya que éste tiene, en primera instancia, un deber ético que cumplir.

Con todo, siempre hay un grado de tipificación necesaria que tiene que ver con la búsqueda de referentes comunes con el público. Y cuanto más numeroso y genérico es el público, más necesidad de tipificación. Como veremos, ése es un filón de recursos persuasivos, porque toda tipificación es una manipulación de la información, y con ella es posible llegar a apelar a lugares comunes con bastante sutileza. Una de las fuerzas de la persuasión narrativa es que esas tipificaciones no se señalan como tales sino que se incrustan en la trama como pretendidas verdades. Y no son sólo esquemas formales, sino que llevan incorporados valores y juicios muy arraigados en el sentido común.

⁷ Tópicos entendidos no como aspectos del tema de dónde sacar argumentos —tal como se presentaron en la retórica aristotélica o ciceroniana—, sino como “reserva de estereotipos, de ‘fragmentos’ llenos, que se colocan casi obligatoriamente en el tratamiento de todo tema” (BARTHES, 1985: 135-138).

Ya sean usadas consciente o inconscientemente, las tipificaciones siembran la simiente del juicio en el discurso, y propician que el lector la coseche más tarde cosechará no como una opinión del periodista, sino como su propio juicio libre e incondicionado sobre los acontecimientos relatados.

En este sentido, la cooperación entre autor y auditorio, que siempre ha cultivado el discurso persuasivo, se vuelve mucho más sutil y efectiva, porque el lector a menudo no es consciente de ella. La narración tiene recursos para crear un efecto de inmediatez⁸, como si entre lector y realidad no hubiera subjetividad alguna: no hay generalizaciones ni abstracciones, no hay afirmaciones éticas o morales explícitas ni nada que señale la presencia de una opinión. El lector no experimenta la presencia del autor, sino que experimenta, aunque de forma diferida, los acontecimientos relatados.

Paul Ricoeur relaciona esta capacidad que tiene la dicción de “poner ante los ojos” o de “hacer ver” con la ficción (1985: 909). Pero hoy sabemos que esta capacidad no es exclusiva de la ficción, sino que es una cuestión de recursos expresivos y temáticos que bien pueden ser usados por la historia o el periodismo para conferir viveza a sus relatos. No porque se aproximen a la ficción, como sostiene el autor (*ibidem*), sino porque estos recursos forman parte del acervo de la narrativa.

Lo que resulta interesante de esta reflexión de Ricoeur es cómo relaciona la ilusión recreadora que genera el relato con su capacidad para incidir en la memoria. De acuerdo con el autor, al presentar los acontecimientos con tanta viveza, el relato puntualmente puede contrarrestar la tendencia de la memoria a la esquematización y la abstracción, generando un punto de anclaje con una realidad que debe ser recordada en su unicidad.

Esta reflexión surgió entorno al problema de la memoria del holocausto. En referencia a él, Ricoeur afirma que la ‘ficción’ es la forma adecuada de dar cuenta de acontecimientos que una sociedad debe sentir y recordar además de comprender. La función de la ‘ficción’ y su ilusión de presencia es, en este caso, “ponerse al servicio de lo inolvidable”. Por medio de la recreación del horror, de un horror al que la narración “da ojos”, la ‘ficción’ ejerce un efecto de individuación necesario para “dirigirse a acontecimientos cuya *unicidad* importa” y que no deben ser olvidados ni diluidos en explicaciones genéricas porque son constitutivos de la identidad de una sociedad (*Ibidem*: 911-912).

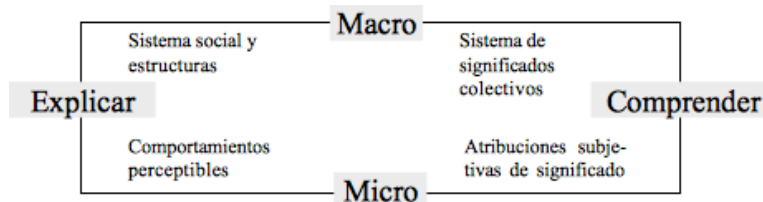
Éste uno de los usos más nobles que se puede dar al efecto individuador de la narración, pero sin duda tiene otros. Puede parecer paradójico que una operación discursiva

⁸ Recursos nacidos seguramente con la literatura realista, tal como lo plantea Wayne C. Booth en *La retórica de la ficción*, no menos convencionales que los que evidencian la figura del narrador y le atribuyen una u otra perspectiva (1961: 46-49), pero que el periodismo ha tomado muy seriamente en la construcción del ‘estilo informativo’. Como observa Gemma Casamajó en su estudio sobre la figura del autor en el relato periodístico, “quan no esdevé *auctor* singular, l’informador s’erigeix en un productor intersubjectiu que treballa en una complexa estructura industrial i assumeix la macroveu unificada de la institució periodística. Aquest productor, a qui anomenem *intersubjecte*, esborra les pròpies empremtes —a fi i efecte que els fets siguin presentats com a veritats— a través d’un estil impersonal, que se’ns presenta com una garantia de transparència, però que no és res més que una màscara que encobreix la intencionada activitat de l’autor en el teixit textual” (2002: 146).

que tiende a la tipificación, sea capaz a la vez de individualizar los acontecimientos que tipifica, pero éste es el efecto de muchas narrativas cuando el artificio de la tipificación pasa desapercibido y el relato no va acompañado de una abstracción explicativa que lo ponga en contexto y permita relacionarlo conscientemente con otros acontecimientos similares al relatado. Algo que ocurre con suma frecuencia en los medios informativos generalistas españoles.

Como sugería Ricoeur, a mayor viveza de la narración e impacto emocional de la trama, más se centra la imaginación del lector en el acontecimiento concreto, en su unicidad, en su textura, en la singularidad de sus personajes y las vicisitudes de los mismos. Más se centra en la emoción de proyectarse en la historia. En contrapartida, menos posibilidades existen de que el acontecimiento en cuestión se relacione con ningún otro de una forma más o menos consciente, de que se establezcan paralelismos entre sus contextos así como entre las formas en que fueron contados y, finalmente, de que se abstraigan conclusiones al respecto. Se trata de dos movimientos opuestos, uno de aproximación y otro de alejamiento, que tienen funciones complementarias en el conocimiento pero difícilmente pueden convivir en una unidad narrativa si no es sacrificando la emocionalidad por un lado o la complejidad teórica por otro.

Héctor Borrat, en su ya citado artículo, aborda esta problemática. Para hacerlo, establece un nivel micro y un nivel macro en la comprensión y la explicación — términos cuya interacción establece a partir de las teorías de Wilhelm Dilthey y Max Weber— que podemos ilustrar gráficamente como sigue:



Mientras en el nivel micro el periodista se centra en los comportamientos perceptibles de los actores y les atribuye un sentido intuitivamente; en el nivel macro, recurre conscientemente a las estructuras del sistema social y del sistema de significados intersubjetivos construido por la cultura para contextualizarlos y comprenderlos en perspectiva.

De acuerdo con el autor, los ‘narradores silvestres’ se centrarán en la dimensión micro, mientras que los ‘cultivados’ establecerán conexiones inductivas y deductivas entre ambos. El nivel micro dará lugar a narraciones más personalizadas, con más ‘interés humano’, más afines al sentido común; en cambio, la interacción entre el micro y el macro requerirá y engendrará un conocimiento más completo. “Llegar o no a la teoría”, dice, “pasa a ser una cuestión primordial para distinguir entre silvestres y cultivados”. Pero él mismo se da cuenta de que la teoría no se deja insertar fácilmente en la narración —pues termina exigiendo

digresiones explicativas o argumentativas que no casan con el ‘estilo informativo’ de que hacen gala los medios y rompen el ritmo de la trama— así que sigue:

“Pero para comprobar esa llegada que acredita al cultivado no hemos de exigirle al narrador que cite sus fuentes teóricas: alcanza con que podamos dar por supuesta su existencia a partir de la perspectiva asumida, los conceptos utilizados, los rastros de teoría perceptibles en los tropos (figuras de la textura) y en el esquema (figuras de la estructura) del texto” (2000: 53-55).

Efectivamente, lo único que se puede encontrar en un texto narrativo que no incluya grandes digresiones son huellas de teoría, pretensiones de verdad en palabras de Witten. Y lo máximo a lo que se puede aspirar es a que sean usadas conscientemente y favor de una mejor comprensión, en vez de estar animadas por apriorismos inconscientes del sentido común. Pero en cualquier caso, por mucho que una narración pretenda dar pie a la abstracción, lo cierto es que está vinculada a la acción concreta y que ése es su valor, su atractivo, y también su limitación.

Como máximo es posible buscar el equilibrio entre una base de convencionalidad que haga el texto accesible para un gran público, y una pizca de subversión de instituciones que cause extrañamiento y dé pie al cuestionamiento y la reflexión. Pero esto es más bien insólito en los medios informativos mayoritarios, que generalmente tratan de “conseguir que lo que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias” y que “realmente las modalidades comunicativas del medio” (GOMIS, 1989: 43). Esto es así porque, tal como muestran varios estudios citados por Lorenzo Gomis, “de entrada, la gente prefiere los medios, los autores y las noticias que le dicen lo que espera escuchar. Incluso, de las noticias que nos podrían inducir a revisar nuestras ideas, captamos especialmente aquellos aspectos que las refuerzan” (*Ibidem*: 38).

Esta tendencia refuerza las dinámicas de tipificación que, combinadas con la ausencia general de contextualización y textos abstractivos⁹, dificultan una comprensión compleja y crítica de la actualidad. Hayden White, en su introducción a *Metahistoria* donde establece relaciones entre ideología y paradigmas narrativos en el relato histórico, hace la siguiente observación sobre la manera en que los radicales —aquellos que desean promover cambios sociales a favor de grupos desfavorecidos por la dinámica establecida— juzgan los relatos de los grupos dominantes:

“A los grupos dominantes les interesa, según los radicales, cultivar una concepción de la historia en que sólo pueden conocerse hechos individuales y sus relaciones con su contexto inmediato, o en que, en el mejor de los casos, se permite la ordenación de los hechos en tipificaciones flojas, porque tales concepciones de la naturaleza del conocimiento histórico están de acuerdo con los preconceptos ‘individualistas’ de los ‘liberales’ y los preconceptos ‘jerárquicos’ de los ‘conservadores’ respectivamente” (1973: 31).

⁹ La revista *Journal of narrative and life history* dedicó en 1994 un número monográfico editado por Tamar Liebes a la cuestión de la narrativización de los medios, donde se abordaban las tendencias de los medios informativos a la dramatización temática de las noticias y a la reducción de la información de contexto. A lo largo de varios artículos se ponía de manifiesto que estas prácticas promueven una interpretación simplista de la actualidad por parte de la audiencia.

Llegados a este punto, nosotros convenimos con esta apreciación y afirmamos que un conocimiento como el que ofrecen los medios generalistas, alimentado casi por completo de narraciones basadas en lo nuevo y lo impactante, que tienden a individuar los acontecimientos, a rechazar la abstracción y a limitar la contextualización, tiene una gran capacidad persuasiva para inhibir la respuesta crítica, promover explicaciones inmanentistas y psicologistas, perpetuar convenciones ideológicas y morales y mantener el status quo¹⁰.

Este uso mediático de la narración se enmarca en la práctica persuasiva del *storytelling* que, como dijimos, se formalizó en los años 90 —aunque su uso empezó a extenderse mucho antes en los ámbitos más diversos de la actividad humana¹¹—, y que se basa en la paulatina sustitución del discurso de razones por el relato de emoción. “Las historias [...] pretenden trazar las experiencias, conducir las conductas, atraer a su campo magnético la libre deliberación del ciudadano, captar y orientar los flujos de atención, la energía de las pulsiones; en resumen, tomar posesión del sujeto de deseo” (SALMON, 2011: 20). Christian Salmon, el analista más popular de esta tendencia, observa con audacia que

“El relato es en nuestras sociedades la última forma de discurso que escapa a la sospecha que recae sobre todos los lenguajes... Ya se trate del discurso científico, de los sondeos, de las estadísticas que pretenden iluminarnos sobre el paro o el crecimiento, de las previsiones alarmistas de los ecologistas sobre el calentamiento global, de las promesas de los gobernantes: hoy en día nada parece poder escapar a la sospecha del paciente, del ciudadano, del internauta que cuestiona sin miramientos la experiencia científica o médica, la autoridad pública, la palabra de los periodistas... Ni siquiera los conocimientos acumulados por el historiador se salvan de ser objeto de revisiones desgarradoras... Hecho relevante: en el momento en que todas las formas del discurso racional están marcadas por la sospecha, únicamente el relato parece poder sustituirlo. Le otorgamos el antiguo prestigio de las sagas o las epopeyas, las virtudes de la autenticidad, las funciones mágicas del ritual, los poderes de seducción de la retórica” (ibídem).

El proyecto de Salmon refuerza la necesidad que defendíamos de identificar los tópicos narrativos que animan los relatos en el discurso público, de un lado porque, tal como afirma, estos tienen una gran incidencia en las relaciones sociales, y de otro, porque este prestigio que ostenta el relato puede llegar a hacer pasar desapercibida su *doxa* seduciendo al público para que baje la guardia.

Sobre este último aspecto, la teoría de la persuasión tiene mucho que decir. Es ampliamente reconocido en este campo que la persuasión actúa por dos vías: la ‘central’ y la ‘periférica’, y que en cada una se activa un modo distinto de procesamiento de la información (PRATKANIS y ARONSON, 1992: 52-56; IGARTUA, 2007: 112-123). Cuando un discurso es procesado por la vía central, su contenido está sujeto a una elaboración cognitiva consciente, que consiste en una valoración minuciosa y reflexiva del valor de la información presentada. A través de la vía central “una persona puede argumentar activamente contra el mensaje,

¹⁰ El estudio de Owen Jones, *Chavs* (2011), sobre la demonización de la clase obrera en Reino Unido hace una interesante presentación de la utilización de este recurso por parte de las políticas de comunicación *tory* para inhibir la movilización de las clases más desfavorecidas y motivar su condena social.

¹¹ Algo que sin duda Barthes ya vislumbraba cuando publicó sus deliciosas *Mitologías* en 1957.

puede desear conocer la respuesta a interrogantes adicionales o bien buscar información nueva” (PRATKANIS y ARONSON, 1992: 52). Es más difícil persuadir a alguien por la vía central, pero también es cierto los cambios de actitud promovidos a través de ella tienen “mayor persistencia, mayor poder predictivo de conducta y mayor resistencia a la contraargumentación” (IGARTURA, 2007: 118).

De todas formas, por una cuestión de economía intelectual, buena parte de los discursos que nos llegan no pasan por la vía central sino que son derivados a la vía periférica. Esto ocurre cuando la información no nos afecta personalmente, cuando hay falta de tiempo, cuando estamos sobrecargados de información o bien cuando no tenemos suficientes conocimientos sobre el asunto. Entonces la información es elaborada heurísticamente, es decir que basamos nuestra valoración en claves mucho más sencillas y superficiales como:

- El atractivo del comunicador y la opinión que nos merecen sus fuentes —*ethos*.
- Aspectos del contexto social —lo que opinan las personas de nuestro alrededor, las consecuencias que tendría sostener una u otra opinión, etcétera.
- Características del mensaje —si está bien escrito, bien articulado, si es extenso.
- Nuestra disposición emocional —se ha apreciado que cuando alguien es absorbido por un relato tiende a relajar el sentido crítico.

En este caso los posibles cambios de actitud son más volátiles, ya que no se han puesto en duda las ideas previas, sin embargo funciona muy bien para reforzar esas ideas ya asumidas.

Teniendo esto en cuenta, consideramos que en la comunicación periodística, y en concreto en el relato periodístico de los medios generalistas, muchas circunstancias favorecen un procesamiento heurístico de la información por la falta de tiempo y atención, por la saturación informativa a que estamos sometidos, porque sobre muchas cuestiones no disponemos de conocimientos previos, y porque hay una tendencia a generar tramas impactantes.

Decididamente, las dinámicas de la comunicación periodística y su uso del relato favorecen enormemente la persuasión asertiva de relatos que se presentan bajo en forma de conocimiento. En los capítulos centrales de esta investigación veremos qué formas toma esta persuasión.

3. DINÁMICAS PERSUASIVAS DE LA NARRACIÓN



En este apartado abordaremos dos aspectos determinantes en la producción del sentido narrativo ampliamente observables en el ámbito periodístico y que tienen una innegable dimensión persuasiva.

Uno de los requisitos esenciales que debe cumplir un discurso para incidir en el público es el de captar su atención, y en el caso del relato, este requisito se cumple esencialmente por la vía emocional. El relato tiene que sorprender, conectar con las preocupaciones esenciales de los lectores, fomentar una cierta empatía entre estos y los protagonistas, y concluir con algún tipo de resolución que alivie la tensión generada. En el primer apartado veremos los elementos básicos que debe tener un relato convencional cumplir estas funciones y resultar atractivo.

A continuación haremos una aproximación al tipo de razonamiento que activa principalmente la narración. Como dijimos en el capítulo anterior, el relato no admite demasiadas abstracciones ni generalizaciones, en cambio, promueve un tipo de razonamiento basado en lo concreto que se articula a través de la analogía. Esencialmente consiste una comparación que establece el lector entre los acontecimientos relatados y cierto tipo de referentes cognitivos, que van desde casos concretos a ejemplos paradigmáticos y prototipos conceptuales. Una vez establecida la analogía, el lector se apropia de la nueva información basándose en esquemas ya conocidos para comprenderla, rellenar vacíos, anticipar posibles efectos y consecuencias, modular sus reacciones y emitir juicios. Nosotros analizaremos todos estos aspectos con detenimiento e identificaremos los usos persuasivos que tiene la analogía.

En ambos casos ofreceremos varios ejemplos que servirán para ilustrar y orientar nuestro análisis.

3.1 LA EMOCIÓN

La narración puede adoptar muchas formas, muchos géneros, e incluso sorprender periódicamente a su público con fórmulas innovadoras y efectivas. Pero lo cierto es que existen ciertos patrones que suele seguir una historia que quiere ser identificada como tal e impactar a su público, asegurándose su interés y atención.

3.1.1 LA HISTORIA PROTOTÍPICA

Patrick Hogan, que ha desarrollado una perspectiva narratológica basada en la emoción, llama a estos patrones ‘reglas de preferencia’¹² (2011: 69-85). La teoría de las reglas

¹² Término proveniente de la teoría semántica de Ray Jackendoff.

de preferencia se centra en el concepto de ‘prototipo’, que se puede definir como el caso estándar que define una categoría de cosas, ya sea de objetos, ideas, personas, acontecimientos, discursos, etcétera (cfr. HOGAN, 2001: 97). Y las reglas de preferencia serían los rasgos más significativos de ese caso estándar.

Aplicado a la narración, el concepto de prototipo nos sirve para hacernos una idea de lo que una persona espera encontrar cuando lee un relato. Aunque suele definirse la narración como una tipología textual basada en la cronología y la causalidad —o la contingencia— (CHATMAN, 1990: 9), lo cierto es que hay una serie bastante más larga de rasgos que esperamos hallar en una historia, es decir que el prototipo de historia tiene muchas más reglas de preferencia que la cronología y la causalidad. Eso no significa que esperemos hallarlos siempre todas, pues una historia puede ser más o menos prototípica y no por eso dejaremos de identificarla como historia, pero lo cierto es que cuantas más reglas de preferencia cumpla una historia, más familiaridad sentiremos con ella y más despertará las respuestas emocionales que tenemos asociadas a la narración.

En su pugna por hacerse atractivos y conectar con el lector, es de esperar que los medios informativos traten de ceñir sus relatos a la historia prototípica, porque es la forma más fácil y segura de causar efecto. Lo hacen eligiendo los acontecimientos más fácilmente adaptables al molde, y terminan de pulirlos con recursos de selección y enfoque. Así pues, para identificar los patrones emocionales del relato periodístico y analizar su efecto tanto en la imagen final de la historia como en su recepción por parte de los lectores, es necesario que nos familiaricemos con los rasgos de la historia prototípicamente efectiva.

Hogan llevó a cabo una investigación en la que analizó una amplia muestra de narrativas de varias épocas y culturas, y abstraigo de ellas unos patrones esenciales, en los cuales también es posible hallar la influencias de la poética aristotélica y de las tradiciones formalista y estructuralista. A continuación ofrecemos un resumen de los rasgos que, según este autor, tiene la historia prototípicamente efectiva:

- Relacionalidad¹³ causal. En general la proximidad espacial y temporal de los elementos propicia el establecimiento de relaciones causales fuertes, algo que contribuye a la unidad de la historia.
- Relacionalidad emocional. Dos acontecimientos o episodios están más cercanos y más prestos a ser combinados en la estructura de una historia si contribuyen a una única experiencia emocional.
- Unidad temática. Los diferentes episodios de una historia presentarán más unidad si tratan un único tema, aunque lo aborden a distintos niveles o desde distintas perspectivas.

¹³ Hogan utiliza el término ‘reliability’, que en inglés se refiere a la capacidad de algo tanto para ser relatado —contado—, como para ser relacionado. Nosotros elegimos ‘relacionalidad’ refiriéndonos a “hacer relación de algo”, que puede significar tanto establecer conexiones entre acontecimiento como dar cuenta de ellos.

- Un inicio y un final. Esto es algo laxo en periodismo, ya que, como en la comunicación cotidiana, en este ámbito aceptamos historias parciales o en curso por su valor de actualidad. De todas formas, veremos que los medios pugnan definir inicios y finales que hagan más atractivas sus historias, aunque después haya que añadirles secuelas o precuelas.
- Acontecimientos extraordinarios, emocionalmente significativos, que se salgan de la rutina. Puede considerarse que los inicios y los finales son respectivamente el punto donde la normalidad se trastoca por algún acontecimiento significativo, y el punto donde una nueva normalidad queda espablecida una vez que el conflicto existente ha sido resuelto. De acuerdo con Hogan, “normal is whatever does not give rise to emotion as something unusual, something provoking a ‘why question’ and the associated activation of a motivational system” (ibídem: 77). Retóricamente, este juego entre lo ordinario y lo extraordinario, tiene el efecto de legitimar las situaciones originales y sobretodo las finales. Es algo que trataremos en el apartado dedicado a la explicación.
- Un inicio marcado por algún tipo de inestabilidad. Habitualmente la normalidad inicial es *frágil* —susceptible de sufrir cambios a través de algún incidente— o bien *temporal* —con alta probabilidad de convertirse en una situación extraordinaria con el simple paso del tiempo.
- Un final en que se interrumpe la pregunta “¿y después qué?”. Es frecuente que el final se defina por medio de la idealización de una meta, que o bien es alcanzada, o bien es desestimada porque los acontecimientos erradican toda posibilidad de alcanzarla. Generalmente la normalidad final no se presentará con el mismo aspecto de inestabilidad que la normalidad inicial, sino como más sólida.
- Un agente o un pequeño grupo de agentes con quienes el público pueda identificarse persiguiendo una meta. Esas metas deben ser como mínimo a medio o largo plazo —no inmediatas— y ser lo bastante específicas como para que las decisiones de los agentes definan formas concretas de alcanzarlas. Aquí la comunicación periodística tiene una peculiaridad y es que el medio muchas veces asume los roles de autor y agente a la vez, ya que se presenta como persiguiendo el objetivo implícito de cambiar una situación por medio de la denuncia entendida como acción. Ésta es la épica de la actividad informativa.
- La meta tiene que ser relevante para la felicidad¹⁴ de los agentes y además promover una respuesta empática del público¹⁵, para lo cual debe ser significativa —tener

¹⁴ La cuestión de la felicidad, que Aristóteles trata con tanta profundidad en el libro primero de la Retórica (V-XI), resulta ser polo tanto del atractivo de un relato como de un argumento. Asimismo hay otros sentimientos que al que el mismo autor dedica gran atención en el libro II, como son la ira, la venganza o la compasión —empatía— que merecerían un abordaje mucho más minucioso del que podemos hacer aquí. De todas formas consideramos perentoria la recuperación del eje emocional, que ha recibido una atención marginal durante la Modernidad, pero resulta básico para comprender mejor las dinámicas de la persuasión.

efectos duraderos en la vida de los agentes— e insustituible —como ocurre por ejemplo con los vínculos entre personas concretas.

- Metas universales. En las narraciones dirigidas a un público universal, las metas deben ser también universales para generar respuestas empáticas en todo tipo de personas. Hogan propone tres tipos de meta:
 - Las que tienen que ver con la persona y su intimidad, que incluyen:
 - Bienestar físico: vida/muerte, unión sexual o recursos para la subsistencia (dinero, comida, etcétera).
 - Bienestar emocional: lazos afectivos.
 - Las que tienen que ver con la persona en su grupo social, que se concretan en la estima y el reconocimiento de autoridad que cada uno recibe de su entorno.
 - Las que tienen que ver con las relaciones entre grupos, que son más bien de carácter colectivo y sus factores fundamentales son el orgullo y el dominio.
- Conflicto. Añadimos aquí una consideración hecha por Héctor Borrat. Este autor señala que en general la narrativa periodística se centra en el conflicto, dando lugar a *protagonistas* y *antagonistas* (2000: 48) y, añadiríamos nosotros, a una percepción en términos agonísticos de la realidad.

Evidentemente, esta lista está abierta a modificaciones y ampliaciones, pero la hemos incluido en nuestra investigación porque nos ayudará a identificar convenciones propias de la emocionalidad del relato que se convierten en pautas de percepción de la realidad cuando se insiste en hacer de la narración sensacional prácticamente la única vía para su conocimiento. Además, a esta forma de percibir la realidad, la comunicación periodística añade otras convenciones que no tienen tanto que ver con las exigencias del relato como con sus propias dinámicas de producción (GOMIS, 1989: 73-87):

- La realidad social se fragmenta en períodos cuya extensión es definida por la periodicidad del medio —aunque esto va cambiando con la versión digital de los periódicos, que incluyen secciones de actualización constante. Así un acontecimiento que dura un día es mucho más fácil de cubrir por los diarios que un acontecimiento o dinámica que se prolonga todo un año.
- La realidad se puede fragmentar a su vez en unidades independientes que se elaboran, redactan y comunican al lector como noticias. Lo cual implica que ya hay muchos acontecimientos que se preparan con arreglo a su publicación mediática —como las

¹⁵ Conviene remarcar una observación de Hogan acerca de la empatía. De acuerdo con estudios cognitivos la empatía tiene que ver con la capacidad del ser humano para simular imaginativamente la situación de otra persona y experimentar en algún grado sus sentimientos. Esta capacidad actúa en aspectos básicos de supervivencia y sobretodo es esencial para el juicio ético, pero por una simple cuestión de economía emocional, la respuesta empática es limitada a distintos niveles según la situación (ibidem: 243-244). Eso nos permite, por ejemplo, involucrarnos en las vivencias de personajes ficticios o de personajes reales lejanos sin experimentar sus sentimientos en toda su intensidad. Se trata de uno de los ingredientes claves del disfrute que provee la ficción, pero también podemos hacerlo extensivo a la forma en que percibimos las historias de los medios informativos.

ruedas de prensa, manifestaciones, inauguraciones, etc—. Se trata de ‘pseudoacontecimientos’ programados para facilitar la asistencia de los periodistas, con pautas de cobertura preestablecidas, y cuyo discurso ofrece titulares y frases destacadas que el periodista sólo tendrá que reproducir.

- Los acontecimientos deben poder inscribirse en el marco de géneros, secciones y relatos en curso del medio.

La necesidad de narrativizar la realidad y además de hacerlo en discursos efectivos y altamente convencionalizados que puedan ser redactados a distintas manos y de acuerdo con dinámicas de producción prefijadas, imponen un primer nivel de tipificación que responde a la pregunta “¿qué es noticia?”. Siguiendo a Winfried Schulz, Héctor Borrat llega a sugerir que los patrones de selección y elaboración de la información que cada medio o sistema mediático establece llegan a configurar verdaderas “hipótesis periodísticas sobre la realidad” (2000: 48).

La cobertura mediática de la “tragedia” del colapso de un edificio de talleres textiles en Bangladesh¹⁶, que mató “a un millar de personas que intentaban ganarse la vida”¹⁷, es un muy buen ejemplo del tipo de tratamiento de la información a que da lugar lo que podemos llamar la ‘hipótesis narrativa sensacionalista’ sobre la realidad, que incluye tanto los rasgos de la historia prototípica que hemos citado como aspectos propiamente periodísticos¹⁸.

El 24 de abril de 2013, murieron 1050 personas en el derrumbe de un edificio construido parcialmente sin permisos que albergaba cuatro talleres textiles funcionando en condiciones de insalubridad en Dacca.

El fenómeno de los *sweatshops* o talleres de trabajo esclavo —término específico que sin embargo no sonó demasiado en los medios— es tan antiguo como la globalización neoliberal. Es el fruto de un entramado político-económico que tiene abarraganados a políticos occidentales con directivos de multinacionales, a políticos orientales con capataces de fábrica, a gobiernos de Oriente con gobiernos de Occidente; y entre todos ellos se extiende una laberíntica red de subcontratas que el propio sistema admite para permitir a las empresas burlar toda normativa o legislación que la ética de cara a la galería exija establecer.

Esto es vox pópuli y está integrado en una normalidad que ha ido fraguando a base de silencios. Una normalidad que, en términos emocionales es tan frágil como las estructuras del

¹⁶ La palabra ‘tragedia’ resonó fuertemente en los titulares de diversos medios. El hecho de sugerir la interpretación de un acontecimiento en arreglo a un género narrativo tiene el efecto, por un lado, de convertirlo al instante en ‘historia’ —*story*— y, por el otro, de connotarlo con las convenciones del género. En este caso el uso de la palabra ‘tragedia’ tiñe lo ocurrido de fatalidad y lo sitúa más allá del control humano, algo que sería aceptable ante un terremoto o una tormenta, pero que no lo es respecto a un accidente perfectamente previsible provocado por dinámicas de producción abiertamente inseguras para los trabajadores, instauradas y aceptadas por todos los agentes con poder que se enriquecen a su costa y que además constituye la base de un negocio multimillonario a escala global.

¹⁷ GALARRAGA, Naiara (10 de mayo de 2013), “La superviviente de Bangladesh: ‘No pensé que vería de nuevo la luz’”, *El País*.

¹⁸ Hemos elegido un caso reciente en el momento de la redacción para hacerla lo más actual posible. De todas formas, es muy posible que en el momento de la lectura se hayan dado nuevos casos tanto o más paradigmáticos de lo que intentamos explicar que éste. Pedimos al lector que extrapole las observaciones que haremos a aquella situación que le resulte más familiar.

edificio de Dacca, de manera que al ceder éstas, una nueva historia vio la luz y la explotación laboral en Oriente consiguió una entrada temporal en la actualidad mediática de Occidente.

Este acontecimiento resultaba fácilmente noticiable puesto que ocurrió en un solo día, y causó suficientes muertes como para despertar la atención de un público ya sensibilizado sobre la explotación laboral en Asia a raíz de campañas anteriores que levantaron gran revuelo —especialmente entorno a las marcas líderes en el mercado deportivo Nike y Adidas.

Dentro del ciclo narrativo leímos varios episodios escalofriantes relatados con lujo de detalles dramáticos, que incluían el testimonio del joven Ahmed, un adolescente bengalí que trabaja descalzo 11 horas al día en una ‘fábrica’ por 70 céntimos de euro la jornada¹⁹, y también el milagro de Reshma Begum, una mujer que sobrevivió 17 días bajo los escombros antes de ser espectacularmente rescatada por el ejército de Bangladesh —todo el país pudo seguir el rescate en directo por televisión, que duró 45 minutos, según informan las agencias²⁰.

Y entre estos suculentos episodios: cruces de acusaciones, expresiones de asombro y conmoción por parte de las multinacionales que tenían proveedores en el edificio, mucho hincapié en la riqueza que el sector textil aporta al país —¡el 17% del PIB!— y la repesca de incidentes similares que no alcanzaron la actualidad mediática en su momento.

Sin embargo, dos semanas después del derrumbe y finalizadas las operaciones de rescate manual, iba siendo hora de cerrar la historia. ¿Pero cómo? ¿A caso se legislaría en contra de la deslocalización o el *dumping* social? Rotundamente no. ¿A caso los trabajadores textiles bengalíes verían un cambio en sus condiciones laborales? Se creó una comisión de investigación para estudiar la cuestión pero "las autoridades [bengalíes] creen que una regulación de las condiciones laborales más estricta supondría aumentar los costes de producción, lo que daría lugar a que las empresas extranjeras hicieran sus pedidos a otros lugares"²¹, es decir: no. ¿A caso las multinacionales se comprometerían a comprar sólo a proveedores que no esclavizaran a su mano de obra? IndustriALL —un sindicato que agrupa a varias empresas del sector textil— redactó un compromiso de cumplimiento voluntario para evitar que se siguiera contratando a proveedores que no respetaran los derechos laborales de los trabajadores, pero claro, resulta muy difícil seguir el laberinto de subcontratas y ejercer control sobre todas ellas y, a pesar de que “fuentes de los grandes españoles de la confección, [...] Inditex y Mango [...], sostienen [...] que a está tajantemente prohibido que sus proveedores subcontraten sin permiso”, hay que entender que “los fabricantes, agobiados por los plazos, subcontratan con tal de cumplir con el pedido”²²; o sea: no. ¿A caso se pararía la producción en edificios insalubres? 18 se cerraron en un primer momento pero a día 10 de mayo ya habían reabierto 6 “tras la inspección”²³, lo que significa que no.

¹⁹ ALDAMA, Zigor (5 de mayo de 2013), “Telares en las mazmorras” en *El País*.

²⁰ GALARRAGA, óp. cit.

²¹ AGENCIAS (26 de abril de 2013), “La tragedia en Bangladesh destapa ‘los talleres de la miseria’” en *El Mundo*.

²² GALARRAGA, Naira (5 de mayo de 2013) “El precio social de la ropa” en *El País*.

²³ GALARRAGA, Naira (10 de mayo de 2013), Óp. cit.

Solamente teníamos un par de detenciones insignificantes, el anuncio de indemnizaciones a las familias de los trabajadores muertos —paradójicamente ofrecidas por multinacionales que negaban tener responsabilidad alguna sobre lo ocurrido—, y muchas declaraciones de intenciones de gobiernos y empresarios que los medios noticiaron fervientemente mientras por otro lado daban a entender que medidas similares habían fracasado estrepitosamente en el pasado.

La meta de asegurar unas condiciones laborales dignas a los trabajadores bengalíes, que habría sido un fin redondo para la historia, no parecía cercana. Y si los periódicos querían tomar cartas en el asunto para intentar lograr un cambio, necesitarían hacer muchos más esfuerzos que la publicación de una historia ‘trágica’. Visto lo visto, se optó por descartar esa posibilidad.

El desenlace de la historia lo bordó la periodista alemana Teresa Münch, cuyas reflexiones nos llegaron de manos de *El Mundo* en un artículo que se preguntaba: “¿Boicot a Bangladesh?”²⁴. El artículo se puede resumir como sigue: las costureras asiáticas trabajan en condiciones infrahumanas, pero por lo menos tienen empleo, algo que perderían si empezáramos a boicotear a las multinacionales que venden su ropa; por otro lado, hacerlo es casi imposible ya que nada identifica la ropa fabricada en los *sweatshops*; en cuanto a las responsabilidades, están diluidas entre gobiernos, multinacionales y consumidores, sin que ninguno por sí mismo pueda hacer nada al respecto, y, finalmente, en el caso remoto de que se subiera el sueldo a las costureras, esto provocaría una descompensación con respecto a los sueldos de otros sectores productivos de Bangladesh que daría lugar a terribles “efectos” —de los cuales, por cierto, el artículo “advertía”, pero no daba cuenta. Y así fue como una nueva normalidad quedó asentada. Se trataba de una normalidad deficiente, sí, pero era la mejor dadas las circunstancias: por lo menos las trabajadoras —supervivientes— mantendrían un trabajo con que (infra)alimentar a sus familias.

Una vez concluida la historia, todos habíamos quedado impresionados, pero no se puede decir que el ciudadano medio hubiera adquirido un conocimiento más profundo del entramado multinacional que da lugar a los *sweatshops*. No había información, ni conclusiones, ni explicaciones, ni referentes como para generar debate y mucho menos para exigir cambios —además, ¿a quién íbamos a presionar si todos y ninguno éramos culpables?—. Los medios cumplieron el heroico cometido de informar, y todos nos entretuvimos con ello durante un par de semanas: fue un espectáculo.

Esta historia cumplió prácticamente todas las normas de preferencia, y además jugó con ellas para crear intriga y mantener la atención del público —¿hallarán esas desoladas madres a sus hijas atrapadas bajo los escombros?, ¿habrá castigo para los culpables?, ¿obtendrán los trabajadores que siguen acudiendo cada día a talleres infames el derecho a sindicalizarse? ¡Descúbralo en nuestra próxima edición!—.

²⁴ MÜNCH, Teresa (8 de mayo de 2013), “¿Boicot a Bangladesh?” en *El Mundo*.

La intriga es la tensión que genera el hecho de no saber si aquellos agentes con quienes empatizamos conseguirán alcanzar su meta, o de no saber cómo se las arreglarán para hacerlo. Se trata de un buen sustituto provisional del desenlace, que los periódicos pueden usar para relatar acontecimientos en curso sin menoscabar el efecto emocional de la historia.

Otra forma de realzar ese efecto es establecer conexiones entre dicha historia y otra que se esté desarrollando paralelamente y tenga al público en vilo. Esta estrategia tendrá éxito cuando se consiga que dos acontecimientos aparentemente distantes terminen contribuyendo a una misma experiencia emocional. Por ejemplo: “Las fábricas bengalíes no solo explotan a personas, sino que también generan paro en Occidente”. Ésta es la bajada de título de un artículo de tribuna que publicó el *El País*²⁵. Todos sabemos que las secciones de comentarios son excelentes paraísos de la falacia en los que afirmaciones tendenciosas e infundadas campan a sus anchas amparadas por la libertad de opinión —tal es la confusión que reina sobre este último término—, y precisamente por eso son el terreno perfecto para cultivar nexos argumentales como el que aludimos.

Da igual que esta relación se apoye en una garrafal falacia de causa cuestionable —en concreto de causa tercera—, porque en términos narrativos alimenta el relato de una situación ‘dramática’ que incluye a buena parte de la población española, ya sea en carne propia o a través de amigos y familiares, y que por tanto tiene una respuesta emocional prácticamente asegurada²⁶. Los talleres bengalíes ya no sólo son execrables por los peligros a que exponen a sus trabajadores, sino que además ¡son causa de que mi hija y yo estemos en el paro e incluso de que el banco amenace con desahuciarlos!

3.1.2 LA INERCIA NARRATIVA

En general resulta sencillo generar consenso sobre hechos y argumentos —ya sean sólidos o débiles— que alimentan relatos fuertes en curso e ideas institucionalizadas. Como afirma Gomis, los medios tienden a conducir lo nuevo hacia cauces genéricos y narrativos ya consolidados (vid. supra, p.22) creando un fenómeno de inercia narrativa que en un mismo movimiento despoja a lo nuevo de su extrañeza y refuerza las ideas preexistentes.

Raramente será rechazado un artículo que señale las prácticas abusivas de las multinacionales como culpables del paro, porque el paro es un drama siempre vigente en las sociedades industrializadas, y las multinacionales, entes despersonalizados y a la vez poderosos, con quienes mantenemos una relación de odio y dependencia que es el caldo de cultivo perfecto para el resentimiento.

²⁵ CAÑAS, Gabriela (5 de mayo de 2013), “El precio del ‘dumping social’ en *El País*.”

²⁶ Hay que decir que esta falacia se corrige en la mitad del artículo, en que se apunta al *dumping* social como causa tanto de las malas condiciones laborales en Bangladesh como de parte del paro en Occidente, pero su gancho no deja de estar basado en una relación falaz, y es sabido que muchos de los lectores que lean el titular no llegarán a la zona donde esta relación es aclarada.

Nos gustan los relatos que refuerzan nuestros prejuicios, hasta el punto de suspender el discernimiento y la incredulidad ante ellos. Muestra extrema de esta dinámica son las *fake news* que de vez en cuando se cuelan en los medios informativos. Por poner un ejemplo extremo, imaginémosnos cómo estarían de encandilados los periodistas del programa *This week with David Brinkel* de la australiana ABC cuando, en 1995, dieron noticia del vía crucis de un mecánico norteamericano llamado Jake Landon que, tras sufrir un accidente en medio de la montaña y sobrevivir durante días a base de peces y ardillas que cazaba con un palo afilado y cocinaba haciendo fuego con una lente de sus gafas, había sido imputado por cargos de extrema crueldad contra los animales. Por lo visto, el Estado de Nueva York lo acusaba de matar más animales de lo estrictamente necesario ya que, al tratar activamente de salvarse, había desarrollado más necesidades calóricas que si se hubiera quedado quieto esperando a ser rescatado²⁷.

Por supuesto se trataba de una noticia simulada que concretamente se originó en una sección de ficción satírica de la revista *Heterodoxy*, en un número de 1995 dedicado explícitamente a mofarse de lo políticamente correcto.

David Gallagher, un bloguero que ha reportado varios casos parecidos, observa que en general estas noticias falsas son acogidas por los *media* porque casan “with narratives we all love” hasta el punto de hacernos suspender el sentido crítico. Para el periodista que tomó la noticia del el proceso legal al pobre Jake Landon —tocayo homónimo de Jack London— por cierta, éste era seguramente otro caso de “political correctness run amok” y reforzaba la idea de que no hay que hacer caso a las insidiosas normativas medioambientales porque no son más que un montón de sandeces políticamente correctas promovidas por una caterva de hippies que nunca han tenido que enfrentarse con la dura realidad de levantar un negocio y ganarse la vida.

Hasta aquí los dos ejemplos que hemos abordado tratan de acontecimientos y personas que el público considera lejanos, y por tanto se puede llegar a entender que resulte fácil abordarlos con ligereza, puesto que como decíamos al hilo de las teorías de la persuasión, el sentido crítico se relaja en cuestiones que no nos afectan directamente. Pero contrariamente a lo que podría pensarse, estas mismas dinámicas se aplican a acontecimientos y situaciones que inciden directamente en la vida de los lectores. En el ámbito nacional también es habitual que se prioricen los aspectos más sensacionales de la actualidad, que se forjen relatos convencionales y atractivos, y en consecuencia se desatiendan aspectos igualmente relevantes que se resisten a este tipo de abordaje.

²⁷ GALLAGHER, Danny (25 de abril de 2012), “5 clearly fake stories that fooled the media” en *Cracked.com* <http://www.cracked.com/article_19789_5-clearly-fake-news-stories-that-fooled-media_p2.html>

Hemos seleccionado un artículo en que esta dinámica se ve claramente reflejada. “Un tribunal entrega dos niños a un hombre imputado por maltrato”²⁸ rezaba un titular de primera página de la edición digital de *El País* el 28 de marzo de 2013. Está claro que el tema de las injusticias de la justicia responde a uno de esos arquetipos del mundo al revés que nunca dejan de fascinarnos, por no hablar del placer de constatar la torpeza de un sistema estatal que en España consideramos más de control que de protección —porque, como suele decirse, “a la hora de incordiar no tiene límite, pero cuando debería protegernos ¿dónde está?”—. Y más allá de la polémica judicial, ¿entregar dos niños a un maltratador!, esto ya es el colmo.

En la página de la noticia, el titular concretaba “La audiencia de Madrid entrega los niños a un hombre al que imputó por maltrato”, y las bajadas: “La sección 26 de lo Penal ordena investigarlo por violencia contra su compañera y los menores”, “Un tribunal civil del mismo órgano le da la custodia de los hijos”. Se trata de un drama judicial en toda regla que además toca dos cuestiones muy sensibles emocionalmente: por un lado la violencia machista, que implica riesgo de vida para la mujer, abuso del fuerte sobre el débil y una depravación moral y cultural que está a la orden del día, y por otro, el bienestar de los niños, que constituye un valor sagrado en nuestra cultura. Pero a estos dos conflictos —el judicial y el personal—, el desarrollo de la noticia añade un tercero de carácter científico: la magistrada que concedió la custodia al padre, lo hizo basándose en el informe del equipo psicosocial del juzgado, que aseguraba que los niños sufrían síndrome de alienación parental (SAP), un síndrome que ha abierto una fuerte polémica en la comunidad científica y que por ahora no ha sido oficialmente reconocido como psicopatología.

En un caso así, se esperaría del periodista una breve explicación sobre el SAP y, si puede ser considerado por encima de una posible situación de violencia doméstica en la resolución de un proceso sobre custodia infantil, quizás incluso merecería un despiece propio, teniendo en cuenta la gran cantidad de rupturas y divorcios con hijos de por medio que se dan en España. Sin embargo, esto habría estropeado el relato sobre el fiasco judicial, mucho más jugoso y menos polémico, y restaría interés emocional a la historia de la familia en cuestión. Así pues, el periodista cortó por lo sano y despachó la cuestión con un simple argumento heurístico, mencionando únicamente que el SAP no está reconocido científicamente ni por la Asociación Americana de Psiquiatría ni por la OMS —entidades con mucha más autoridad que el insignificante equipo psicosocial de un juzgado probadamente inepto. Probablemente el propio periodista ya estaba predispuesto a ver los acontecimientos desde una óptica sensacionalista y esto le hizo prestar menos atención a un aspecto muy relevante del caso que debía relatar.

²⁸ ALTOZANO, Manuel (28 de marzo de 2013), “La Audiencia de Madrid entrega los niños a un hombre al que imputó por maltrato”, en *El País*.

Hasta aquí hemos prestado atención al primer nivel de tipificación que implica la hipótesis narrativa sobre la realidad. Hemos visto que la tenencia de los periódicos a hacerse atractivos apelando a la emoción implica que se impongan unos criterios muy concretos tanto en la selección de los temas a tratar como en su enfoque, que tienen mucho menos que ver con el interés público de la información, que con el sensacionalismo. Desde una perspectiva retórica, hemos identificado una serie de elementos que sirven para hacer atractiva una historia, y el uso que se puede hacer de ellos para dirigir la atención del público e inhibir su juicio crítico, todo desde una perspectiva emocional. En el siguiente apartado, en cambio, abordaremos la persuasión narrativa desde su vertiente conceptual.

3.2 EL RAZONAMIENTO ANALÓGICO

Una de las funciones básicas de los medios informativos es nombrar los acontecimientos de la actualidad: delimitarlos, relatarlos y ponerles nombre. Estas operaciones dan lugar a la conceptualización de la realidad, un paso fundamental en el proceso cognitivo que, como veremos, tiene una gran incidencia en la formación del juicio, la actitud y en la toma de decisiones en todos los ámbitos de la vida.

La investigación retórica no suele tomar en consideración los avances realizados en el campo vecino de las ciencias cognitivas, que sin embargo pueden arrojar mucha luz sobre las dinámicas tanto del conocimiento como de la persuasión, que están íntimamente vinculadas. No en vano publicistas y empresas anunciantes han invertido buena cantidad de recursos en experimentos destinados a conocer los procesos mentales involucrados en la cognición y la toma de decisiones, y a encontrar la vía más conveniente para incidir en ellos. Paralelamente, la narratología ha ido forjando alianzas con la psicología y las neurociencias cognitivas dando lugar a lo que ya recibe el nombre de ‘narratología cognitiva’, que combina conceptos de narratología clásica con métodos y estudios del campo de la cognición para comprender mejor los procesos mentales involucrados en la práctica de contar y escuchar historias. En esta investigación exploraremos uno de los fundamentos de la cognición narrativa, en concreto nos centraremos en la relación que existe entre la representación narrativa, la conceptualización y la persuasión, y lo haremos aprovechando este acervo de conocimiento.

Existen esencialmente dos tipos de teorías acerca de la naturaleza del concepto: las definicionales y las del prototipo (Bustos, 2000: 207-211). Las teorías definicionales, de carácter formalista, postulan que el concepto es una categoría que engloba una serie de individuos poseedores de un conjunto de características, cada una de las cuales contribuye en la misma medida a la definición global. Este conjunto de características son comunes a todos los individuos y por tanto todos los individuos son igualmente representativos del concepto.

Se trata, por ejemplo, del paradigma que sigue el diccionario de la Real Academia Española (RAE) en definiciones como:

“**persona**. f. Individuo de la especie humana.”

“**gato**. m. Mamífero carnívoro de la familia de los Félidos, digitígrado, doméstico, de unos cinco decímetros de largo desde la cabeza hasta el arranque de la cola, que por sí sola mide dos decímetros aproximadamente. Tiene cabeza redonda, lengua muy áspera, patas cortas y pelaje espeso, suave, de color blanco, gris, pardo, rojizo o negro. Es muy útil en las casas como cazador de ratones.”

casa. **1.** f. Edificio para habitar. / **2.** f. Edificio de una o pocas plantas destinado a vivienda unifamiliar, en oposición a *piso*.

Estas teorías, si bien han gozado de una gran aceptación en el área de la lingüística, han sido muy criticadas desde la psicología porque se considera que representan mejor las reglas de la lógica fregeana que el verdadero funcionamiento de los procesos cognitivos.

Por ejemplo, si realmente nuestro proceso de conceptualización siguiera esta dinámica, no consideraríamos al gato egipcio dentro de la categoría ‘gato’ porque no tiene pelo. Ni nos imaginaríamos una vivienda con tejado puntiagudo, dos ventanas, un arbolito, un camino que lleva a la puerta y una chimenea humeante cuando pensáramos en una casa. Por no hablar de que la voz ‘persona’, seguramente convoca una imagen mental mucho más concreta que “individuo de la especie humana”; para empezar, una joven caucásica probablemente imaginará un individuo caucásico joven, erguido sobre sus dos piernas, con dos brazos colgando y de sexo masculino —esto último debido a que vivimos en una sociedad patriarcal.

Así pues, en respuesta al paradigma definicional, la psicología alumbró el paradigma del prototipo, cuyas premisas son esencialmente una negación de las del primero. De acuerdo con este paradigma, la información relativa al concepto no siempre se presenta como un conjunto de propiedades, sino que puede estar representada en forma proposicional, en forma de esquemas u otros sistemas de representación, por ejemplo, podemos considerar que parte de la información relativa a ‘casa’ es un signo visual convencionalizado más o menos como éste:



Además, mucha de esta información es contingente —se considera más o menos relevante según el contexto— y desde luego no es equipolente, es decir que algunos rasgos conceptuales priman sobre otros distribuyéndose a lo largo de una escala de proximidad al prototipo basada en normas de preferencia: así como habrá individuos que cumplan todas las normas, los habrá que apenas cumplan unas pocas: serán miembros atípicos de la categoría.

Más arriba dijimos que el diccionario de la RAE se rige por el paradigma definicional, y así es en su mayor parte, pero también es cierto que en las definiciones de conceptos genéricos podemos empezar a encontrar alguna información de carácter prototípico. Por ejemplo²⁹:

“**mesa**. f. Mueble, *por lo común de madera*, que se compone de una o de varias tablas lisas sostenidas por uno o varios pies, y que sirve para comer, escribir, jugar u otros usos”

“**pájaro**. m. Ave, *especialmente si es pequeña*”.

Este “especialmente si es pequeña” significa que cuando pensamos en un ‘pájaro’ nos viene a la cabeza un ave de pequeñas dimensiones como un gorrión o un jilguero, y que en cambio, si vemos un águila, es probable que prefiramos especificar que se trata de un ‘ave rapaz’ o directamente llamarla ‘águila’. Esto no quita que aceptemos referirnos a ella como ‘pájaro’ en algunas circunstancias, pero será un miembro atípico de la categoría, puesto que el rasgo ‘pequeño’ es muy cercano al prototipo de ‘pájaro’. Por ponerlo en la escala de tipicidad: el águila sería menos típica que el jilguero pero más que el avestruz, que no puede volar, y mucho más que el pingüino, que además no tiene plumas. Lo mismo ocurre con la mesa, que “por lo común” es de madera, pero que puede estar hecha de pladur o metacrilato y seguiremos considerándola una mesa.

Las teorías del prototipo forman parte del movimiento transdisciplinar que después de la Primera y sobretodo de la Segunda Guerra Mundial fue poniendo en duda los distintos formalismos y empezó a dar un nuevo valor a la experiencia como base del conocimiento. La conceptualización prototípica implica una comparación entre dos o varios dominios, en la cual uno de los dominios siempre es recuperado del ámbito de la experiencia, ya sea personal —de las mesas que cada uno ha visto a lo largo de su vida— o cultural —de las mesas que la publicidad, el arte, los cómics, el cine o los cuentos representan—, pues el prototipo no es un elemento ideal sino que consiste en una decantación de observaciones personales y de la tradición (ibídem). Eso sí, con algunas peculiaridades que iremos observando.

Esa comparación activa resorte distintos según el caso y puede llegar a ser bastante compleja; de hecho se considera una categoría inferencial con entidad propia que se refiere como ‘razonamiento analógico’. El razonamiento analógico es “la transferencia de parte del conocimiento de un dominio ya conocido (dominio fuente) a un dominio nuevo (dominio meta u objetivo)” (GONZÁLEZ LABRA, 1997: 21). Cuando los dominios son muy parecidos, es

²⁹ Marcamos con cursiva la información de carácter prototípico.

habitual que se transfieran muchos datos, incluso los más concretos. Pero en la medida en que los dominios presentan diferencias significativas, lo que se extrapola ya no es el conjunto de rasgos prototípicos sino la estructura de relaciones que existe entre dichos rasgos. De acuerdo con Derrida, quien ha desarrollado la teoría de la extrapolación estructural junto con su grupo de investigación, “the base domain of an analogy contains a relational structure that binds together the features within the concept. If this relational structure can be carried over to the target concept, it can be used to structure the representation for the new concept” (MARKMAN y MOREAU, 2001: 371).

Este paralelismo estructural es lo que permite explicar el átomo a partir del sistema solar, o el funcionamiento de una computadora a partir de la cerebro, con su sistema central y su memoria a corto y largo plazo. Pero no es aplicable solamente a estos dominios tan concretos, sino que por ejemplo es muy abundante en los ámbitos conceptuales que tienen que ver con la naturaleza psicológica del ser humano —sus emociones, deseos y estados mentales en general—, con la toma de decisiones pragmáticas o con juicio ético (BUSTOS, 2000: 188). Esto se explica porque tanto la psique, como el futuro, como los valores éticos, son ámbitos abstractos, difíciles de captar y transmitir, en los cuales usamos nuestros referentes experienciales y observables para orientarnos y entendernos los unos a los otros, formando lo que se ha dado en llamar ‘esquemas imaginísticos’ (ibídem: 197), es decir representaciones inteligibles y relativamente familiares de esos dominios que se resisten a la experiencia.

Hasta aquí nos hemos planteado una relación uno-uno entre el dominio fuente y el dominio objetivo, pero esto no refleja bien la dinámica del razonamiento analógico. A menudo los acontecimientos, situaciones, comportamientos, etcétera, admiten varias analogías provenientes de distintos dominios de la experiencia. En estos casos es habitual que cada una de las analogías realce aspectos distintos del dominio objetivo, llegando en muchos casos a convivir en el sentido común. Sea como fuere, el uso de una u otra analogía no es trivial, pues la manera en que nos representamos lo que ocurre y lo que nos ocurre, condiciona el juicio que hacemos y las decisiones que tomamos al respecto.

El caso de los escraches en España puede servirnos como ejemplo. El escrache es una práctica importada de Argentina consistente en una protesta ciudadana que se manifiesta públicamente ante el domicilio o el lugar de trabajo de la persona a quien se quiere hacer llegar una demanda, generalmente cargos públicos o empresarios con poder. En España no había tradición de escraches hasta que en 2013, en un contexto de profunda crisis económica, grupos especialmente afectados por las políticas económicas del gobierno empezaron a extender su uso.

Al tratarse de un tipo de acción sin precedente, tanto sus afectados como su promotores recurrieron a analogías para conceptualizarla. Los primeros, que sintieron miedo y percibieron que se violentaba su espacio, rápidamente establecieron una analogía con el terrorismo, mientras que los segundos, considerando que esa era la única manera que tenían

de captar la atención de los medios y presionar al gobierno, insistieron en que se trataba de una forma de manifestación y que llamarlo terrorismo constituía una criminalización infundada. En este caso las dos analogías no convivían armoniosamente sino que estaban en pugna, y de su penetración en la opinión pública dependía que los escraches empezaran a recibir represión policial e incluso llegaran a prohibirse, o que fueran respetados como un derecho democrático de la ciudadanía.

Este caso muestra como con la transferencia de sentido de un dominio a otro, se transfieren también juicios, emociones y pautas de conducta que no se dirimen en una argumentación ad hoc sino que son inherentes a la representación misma, pudiendo llegar a tener una influencia decisiva sin ser apenas percibidos (MARKMAN y MOREAU, 2001: 377).

En este sentido, la analogía funciona en el nivel de lo que Pratkanis y Aronson llaman la ‘pre-persuasión’, es decir en “la forma de estructurar el problema y orientar la decisión”. Según estos autores “un comunicador, fijando astutamente cómo se define una cuestión, puede influir en las respuestas cognitivas y conseguir el consentimiento incluso sin parecer que esté intentando persuadirnos” (1992: 46). O en palabras de Aristóteles:

“Muchas veces, incluso reconociendo que se ha cometido un delito, no se está de acuerdo con su calificación o sobre lo que implica la calificación, por ejemplo se admite que se ha cogido algo, pero no que se ha robado, que se ha golpeado primero, pero no maltratado, que se han tenido relaciones, pero no que se ha cometido adulterio,” etcétera (*Rhet.*: I, §13, 1374a).

Lo cual significa que la definición —o conceptualización— es un punto clave para el éxito persuasivo, y lo que queremos recalcar es que en ella la analogía juega un papel fundamental.

El poder de la analogía ha sido reconocido y usado por la retórica desde la época clásica. Aunque no se menciona explícitamente su relación con la definición, sí que hay recursos como el ejemplo, la ilustración, el modelo o el estudio de los precedentes que figuran en el tratado de Aristóteles (*Rhet.*: II, §20) y que fueron ampliados por autores posteriores como Cicerón y Quintiliano³⁰. Todos ellos fueron estudiados y aplicados durante la Edad Media y el Renacimiento, pero la Modernidad los relegó a la marginación; un situación que el postmodernismo trata ahora de revertir (FOSS, FOSS y TRAPP, 1985: 106).

Stephen Toulmin, figura esencial de la investigación en el ámbito del razonamiento, y más en concreto sobre del razonamiento moral, hizo una expresa reivindicación del valor de la casuística para afrontar situaciones moralmente problemáticas. Criticó duramente tanto al absolutismo como al relativismo que le siguió, porque consideraba que, por sí solos, ni los principios absolutos del primero, ni la falta de principios del segundo, podían hacer aportes relevantes al campo de la praxis, que por un lado presenta situaciones siempre particulares,

³⁰ Aunque la atención que recibieron fue mucho menor que la prestada a los argumentos deductivos. Ejemplo de ello es que en la *Retórica*, Aristóteles dedica un breve capítulo al ejemplo —en el cual se incluyen, la fábula y los precedentes— (II, §20), mientras que las consideraciones sobre el entimema se extienden a lo largo de cinco (II, §21-26).

difíciles de resolver aplicando un único principio universal, y por otro precisa de patrones y valores éticos que permitan la convivencia en sociedad (ibídem: 92-95).

La casuística, en cambio, “begins by using what Jonsen and Toulmin call ‘type cases’ or ‘paradigm cases’ as objects of reference in moral arguments. These type cases create an initial presumption of moral action for cases which do not contain exceptional circumstances” (ibídem: 107). Y cuando una situación casa ambiguamente con el caso tipo, o bien hay más de un caso tipo que se podrían aplicar a la situación, o bien ninguno parece suficientemente adecuado, el dilema no se resuelve acogiéndose a una regla general sin más, sino que se procede a analizar las circunstancias esenciales de varios casos tipo y a compararlas con la situación objeto para ver qué patrones su pueden transferir. Jonsen y Toulmin escribieron:

“The heart of moral experience does not lie in a mastery of general rules and theoretical principles, however sound and well reasoned those principles may appear. It is located rather, in the wisdom that comes from seeing how the ideas behind those rules work out in the course of people’s lives: in particular, seeing more exactly what is involved in insisting on (or waving) this or that rule in one or another set of circumstances” (ibídem: 109).

Para Toulmin, la recuperación de la casuística era parte de un movimiento necesario de ‘humanización’ de la Modernidad, que pasaba por volver a prestar atención a dimensiones que los distintos formalismos habían obviado, como lo oral, lo particular, lo local y lo temporal (ibídem: 111), en pocas palabras: ese movimiento de humanización pasaba por la revalorización de la experiencia.

En los campos que implican acción y personas, especialmente el de la realidad social, la analogía se basa casi siempre en la narración, que es la forma discursiva que mejor expresa la experiencia. Es decir la que permite representar lo oral, lo particular, lo local y sobretodo lo temporal. Cuando se consideraba la argumentación como el discurso persuasivo por excelencia, los recursos analógicos devandichos se veían como digresiones narrativas que asistían al argumento, y era habitual que una vez narrado el caso en sí, la argumentación diera directrices explícitas para orientar el razonamiento analógico. Pero ahora que la narración ha adquirido entidad propia como discurso tanto persuasivo como de conocimiento, es importante conocer cómo se desarrolla la analogía sin la asistencia de la argumentación.

Los estudios cognitivos, como vimos más arriba, han probado que el aprendizaje y el razonamiento tienen un importante componente analógico, y que las comparaciones y las transferencias de sentido se establecen independientemente de que el discurso señale explícitamente similitudes y diferencias o abstraiga moralejas. Antes bien, basta con sugerir ciertos tipos de referencia en la propia representación del nuevo acontecimiento para que el lector, por sí solo, se remita a su experiencia previa y comience a establecer transferencias de sentido, muchas veces de forma inconsciente.

A continuación estudiaremos los tipos más habituales de analogía y sus principales usos, y finalmente veremos qué formas adopta dentro de la narración. Esto nos ayudará a entender mucho mejor los recursos mediante los cuales los medios informativos representan y

conceptualizan la novedad, a la vez que definen los marcos en que se moverán las explicaciones, valoraciones y decisiones que estas novedades originen. Pues contrariamente a lo que pueda decirse, hay un punto en que la persuasión asertiva y la pragmática están íntimamente vinculadas: cada representación que aceptamos como cierta, acarrea un conjunto de consecuencias pragmáticas inextricables; e inversamente, una representación puede ser rechazada o acogida, no en consideración a su fidelidad a lo ocurrido, sino de acuerdo con la conveniencia o inconveniencia de sus implicaciones³¹.

3.2.1 ANALOGÍA Y EMOCIÓN

La reacción emocional deriva de una combinación de inferencias acerca de las características de una persona, acción o situación y de los valores asociados a dichas características (cfr. THAGARD y SHELLEY, 2001: 338-339). Anteriormente mostramos cómo la analogía interviene en el proceso de inferencia y valoración, y apuntamos que no sólo habilita la transferencia de sentido de un dominio a otro, sino también la transferencia de emociones asociadas.

El experto en computación y pensamiento Cameron Shelley realizó un estudio sobre el uso de la analogía en las noticias periodísticas publicadas en Internet y llegó a la conclusión de que por lo menos el 50% de las analogías que usan los medios informativos tienen una importante carga emocional (ibídem: 352-353). Observó también que algunas analogías son usadas para clarificar conceptos o para dar viveza al relato, pero que una mayoría aplastante —más de un 80%— tiene una función inferencial, y dentro de este grupo, más del 75% de los casos estudiados presentaban un sesgo emocional relevante. Thagart y Shelley identifican por lo menos dos tipos básicos de transferencia emocional:

- Persuasión, en la cual se usa una analogía para convencer a alguien de que adopte una determinada actitud emocional.
- Empatía, en la cual una persona trata de comprender la reacción emocional de otra imaginando su propia reacción ante una situación similar. La empatía también funciona en la dirección inversa, en la cual una persona trata de que otra comprenda su

³¹ Pratkanis y Aronson refieren un caso de lo más extravagante y muy ilustrativo de esta dinámica, que tuvo lugar en Santa Cruz, su ciudad. Tras un fuerte sismo que afectó profundamente a la ciudad californiana de Colindra 1983, el Estado obligó a todas las ciudades y pueblos a hacer una valoración de riesgos ante un posible terremoto o sismo. Un reputado ingeniero llamado Steeves fue el encargado de realizar dicho estudio en Santa Cruz, y llegó a la conclusión de que 175 edificios, la mayoría situados en el centro comercial de la ciudad, tenían grandes posibilidades de sufrir daños a causa de una construcción deficiente. El resultado de esta investigación mostraba que los ciudadanos estaban en grave peligro y por tanto suponía empezar a tomar medidas al respecto. Pero el ayuntamiento no hizo nada de eso, sino que rechazó por unanimidad el estudio tildando a Steeves de alarmista. En 1989 un terremoto 7,1 en la escala Richter asoló Santa Cruz, causando destrucción y muerte mucho más allá de lo que Steeves había previsto. Cuando se pidieron explicaciones al ayuntamiento, un funcionario culpó a Steeves porque su informe “consiguió que la gente, aterrada, descartara la cuestión” (1992: 60-61). Si un informe científico puede suscitar semejante reacción, es de esperar que el relato periodístico de la realidad social y todo posible descubrimiento tenga un riesgo por lo menos equivalente de sufrir este tipo de censura.

emoción asimilando su situación a otra que sea familiar para ella. En los medios generalmente encontramos este último tipo de transferencia (ibídem).

3.2.1.1 *Transferencia emocional persuasiva*

El propósito de la mayoría de analogías persuasivas es promover una actitud emocional. “If I want to get someone to adopt positive emotions toward something, I can compare it to something else which he or she already has a positive attitude. Conversely, I can try to produce a negative attitude by comparison with something already viewed negatively” (ibídem: 344). Por lo tanto, para influir en el juicio del público y generar una determinada respuesta emocional es imprescindible conocer su imaginario afectivo y a menudo recurrir a tópicos emocionales (ibídem: 355). Por ejemplo, el terrorismo o el fascismo representan hoy en día el paradigma del mal, mientras que la democracia, los libertad o la infancia son oasis del bien a los que siempre se puede recurrir.

Actualmente, los políticos españoles han explotado tanto las analogías con el terrorismo o el fascismo, que la ciudadanía ya las rebate con humor, algo que ilustraba el *Huffington Post* con un artículo en clave irónica titulado “15 cosas que son ETA”³², entre las cuales figuraban Artur Mas, el juez Garzón, los padres en huelga por las reformas educativas del ministro Wert e incluso Adolf Hitler. Pero muchas otras siguen vigentes.

Un ejemplo de este recurso lo podemos encontrar en una de los múltiples noticias de la campaña de desprestigio que *El País* ha sostenido contra el Hugo Chavez a lo largo de los últimos años. Éste es el titular: “La telenovela de la hija de Chavez. La que fuera el ojito derecho del ex presidente venezolano 'tuitea' su vida farandulera y de excesos al mismo tiempo que declara su amor con un actor de culebrones”³³. Mediante una metáfora, el periodista establece una analogía entre la vida de María Gabriela Chávez y una telenovela — venezolana, por supuesto— imbuyendo a la primera del aire de melodrama frívolo, cursi y barato que envuelve a la segunda, y por extensión transfiriendo a la hija de Chávez el desprecio que en general sentimos por las telenovelas. Pero esto no es todo, pues el artículo se ocupa de presentar a la hija del dirigente como gran emblema del chavismo, de manera que el desprecio pueda hacerse extensivo a todo el partido político³⁴:

“María Gabriela era la hija consentida del presidente Hugo Chávez. Su más fiel seguidora y defensora. Su Primera Dama en los actos oficiales cuando él ya era un soltero divorciado (como en los noventa lo hacían Zulemita Menem en Argentina y Keiko Fujimori en Perú). El pilar de su círculo íntimo. Y su mejor alumna en la construcción de poder. [...] Incluso, ante la enfermedad y el posterior fallecimiento de su padre y aprovechando su exposición mediática, se llegó a decir que podía ser candidata a la presidencia de la República.”

³² REDACCIÓN (25 de marzo de 2013), “15 cosas que son ETA” en *El Huffington Post*.

³³ NÚÑEZ JAIME, Víctor (16 de marzo de 2013), “La telenovela de la hija de Chávez” en *El País*.

³⁴ Además de la analogía, existen otros esquemas de transferencia que sería interesante estudiar. En este caso concreto, se aplica el famoso principio decantado por la sabiduría popular que reza “de tal palo tal astilla”.

La analogía con la telenovela casa perfectamente con la caracterización que se ha ido haciendo del dirigente en España durante las últimas décadas: ese ridículo payaso charlatán, además de populista, megalómano y demagogo, de tendencia fascistoide y con un ansia desmedida de poder, bien podría ser un villano de televisión.

Pero por si a caso el lector no alcanza a establecer la transferencia, el artículo establece otra comparación que relaciona a Chávez con Carlos Ménem y Alberto Fujimori. En el plano explícito, esta comparación sólo hace referencia al papel que los tres dirigentes sudamericanos brindaron a sus hijas mientras estaban en el poder. Pero con esta similitud trivial, el lector es animado a establecer otro tipo de transferencias entre Chávez y dos figuras odiosas que el público de *El país* bien puede ver como presidentes sin escrúpulos, con desprecio por la democracia y el bienestar de la población, que exprimieron a sus países en beneficio propio. Una vez más, a través de la analogía se transfieren sentimientos de rechazo.

Por supuesto esta transferencia no es automática, se trata de un proceso complejo y hay muchos elementos concomitantes que contribuyen a definir su alcance, su éxito o su fracaso. Thagart y Shelley hacen hincapié en el carácter holístico de la analogía (ibídem: 336), en la necesidad de tomar en consideración información e ideas ajenas al propio razonamiento que pueden afectar a las conclusiones del público. Consideramos que éstos son los principales elementos a tener en cuenta:

- Ideología. Dificilmente una persona afín al bolivarianismo aceptará una analogía entre Chávez y Ménem, a quien puede considerar un adalid del neoliberalismo a ultranza que privatizó buena parte de las infraestructuras argentinas vendiéndolas a empresas extranjeras.
- Afinidad emocional. Es necesario que de entrada el sentimiento que inspiren los dominios puestos en relación no sean excluyentes, pues de lo contrario el lector opondrá resistencia a la analogía. Por ejemplo un chavista difícilmente dará rienda suelta a la transferencia de sentido entre Chávez y Fujimori, y mucho menos establecerá una transferencia emocional.
- Información anterior. La analogía no puede violentar información anterior que el lector dé por cierta. En general un lector bien informado o con experiencia de los dominios que se ponen en relación opondrá más resistencia a la analogía o limitará su alcance.
- Afinidades cognitivas. Hay aspectos que son más susceptibles de ser puestos en relación por su proximidad espacial, temporal o semántica. Por ejemplo la telenovela y el chavismo entran dentro del esquema imaginístico de Venezuela que tenemos formado los españoles, y por tanto es fácil que la analogía entre ambos elementos resulte exitosa.
- Usos anteriores de la analogía. A medida que se establecen analogías distintas con un mismo dominio, este va adoptando también nuevos matices y sentidos. Esto puede dar

lugar a una gran riqueza semántica o a un colapso por sincretismo, como veíamos en el caso de ETA.

Como siempre en retórica, la analogía persuasiva debe guiarse por los prejuicios del público, respetarlos y eventualmente aprovecharse de ellos en la medida de lo posible.

3.2.1.2 *Transferencia emocional empática*

La analogía empática no difiere demasiado en sus mecanismos de la perusativa, pero sí en sus usos. El vínculo empático depende sobretodo de la identificación. El lector debe encontrar suficientes coincidencias entre él y los protagonistas del relato para abrirse a una transferencia emocional.

A un nivel genérico, estas coincidencias pueden ser las propias de la condición humana, pero hay otras similitudes que pueden favorecer la transferencia: clase social, ideología, sexo, circunstancias compartidas, religión, aficiones, etcétera. Sobretodo lo que es esencial es que el lector no identifique al protagonista como un ‘diferente’ u ‘opuesto’ en algún aspecto esencial en la situación narrada. Por ejemplo, en una crónica política el lector difícilmente se identificará con el dirigente de un partido que se oponga al suyo, pero en cambio, si ese político se ve afectado por una catástrofe, su condición humana y la vulnerabilidad compartida con el lector pasarían por encima de las diferencias ideológicas haciendo posible la identificación. Casi todo depende del contexto.

A nivel persuasivo, la empatía sirve para generar complicidad. Es habitual que, una vez que empatizamos con una persona o nos sentimos parte de un colectivo, adoptemos una actitud positiva con respecto a sus miembros, y a la vez es habitual que nos predispongamos negativamente hacia las personas o colectivos que les son ajenos y sobretodo contrarios —dinámica que explica la teoría del intragrupo/extragrupo (vid. infra, p. 61-62). En concreto, la analogía sirve para acercar al lector los sentimientos de los protagonistas ante una determinada situación, comparándola con una que sea familiar para él. Por ejemplo, y siguiendo con la cuestión venezolana, una noticia que daba cuenta de la situación de carestía a la que el Gobierno ha abocado a su población con un modelo económico que “de acuerdo con los analistas ha llevado al país al borde del colapso”, describía la situación de los empresarios de la siguiente manera:

“Los empresarios se quejan de la falta de garantías para hacer negocios y la inversión extranjera ha caído a niveles dramáticos. El ranking *Doing Business* del Banco Mundial no ha sido indiferente a ese entramado tejido por el chavismo. De acuerdo con su más reciente escalafón, en 2012 Venezuela ocupaba el puesto 177 entre 183 países, por debajo de Haití. Abrir una empresa en este país cuesta no menos de 140 días. Una pesadilla que nada tiene que envidiar a *El Proceso* de Kafka.”³⁵

A nivel inferencial esta analogía amplificadora resalta la complejidad burocrática a la que debe enfrentarse todo emprendedor que desee abrir una empresa así como la arbitrariedad

³⁵ MEZA, Alfredo (15 de mayo de 2013), “Una bomba de tiempo en el súper” en *El País*.

con que el Estado puede apropiarse de una infraestructura sin rendir cuentas ante su propietario. Pero sobretodo, a nivel emocional, promueve la empatía de los lectores con los empresarios venezolanos, estableciendo un paralelismo entre la impotencia que sienten los mismos y la que seguramente sintieron los lectores si se identificaron con Josef K leyendo *El proceso*. A la vez que da viveza al relato, esta analogía trata de acercar la posición del público a la del emprendedor venezolano, generando complicidad por un lado, y fomentando la animadversión contra el modelo económico chavista por otro, muy especialmente contra la política de nacionalizaciones, de la que trata el párrafo anterior al citado, y que es tan contraria al valor central del liberalismo: la propiedad privada.

3.2.2 ANALOGÍA Y TOMA DE DECISIONES

Además de generar actitudes emocionales, la analogía puede usarse para influir en la toma de decisiones ante una situación determinada. Cuando enfrentamos una disyuntiva, las personas nos remitimos a nuestra experiencia en busca de soluciones que hayan dado buenos resultados en situaciones similares del pasado, y la manera más habitual de hacerlo es por medio de analogías (MARKMAN y MOREAU, 2001: 363). De acuerdo con Markman y Moreau esta operación implica una comparación entre la nueva situación y aquellas que tenemos almacenadas en la memoria mediante un proceso de alineación estructural. La alineación estructural es un proceso cognitivo que actúa identificando similitudes y diferencias entre la nueva situación y otras anteriores, y que influye en la manera en que ésta es apprehendida, incluso sin que la comparación esté planteada de explícitamente en el discurso.

En cuanto a la relación entre los dominios, hay dos tipos básicos de analogías que se usan en la toma de decisiones: las que acuden a un dominio fuente ajeno al campo experiencial en que se ubica el dominio objetivo —que podemos llamar ‘analogías laxas’—, y las que se establecen entre dos dominios del mismo campo —o ‘analogías estrechas’. El primer tipo de analogía suele generar un marco para la toma de decisiones que sirve únicamente como orientación general, en cambio el segundo suele ser determinante a la hora de esbozar las alternativas posibles y elegir.

La analogía influye fuertemente en la toma de decisiones. Hasta el punto de que a veces tomamos en cuenta analogías superfluas como referente, en vez de basarnos en otro tipo de razonamiento más sólido. El psicólogo especializado en los mecanismos de la toma de decisiones Thomas Gilovitch, publicó un estudio en que analizaba las vías que nos conducen a nuestra experiencia anterior en busca de referentes cuando tenemos que emitir un juicio o tomar una decisión ante una situación nueva. El interés que presenta este trabajo es que trata de descubrir cuál es la mínima coincidencia que debe existir entre dos dominios para que la mente establezca la relación, y llega a la sorprendente conclusión de que la generación de analogías puede estar altamente influenciada por factores completamente incidentales e irrelevantes (1981: 807) que actúan forzando o distorsionando la relación.

En uno de los experimentos que relata, se ofreció a seleccionadores de baloncesto una serie de presentaciones de jugadores hipotéticos que éstos debían puntuar atendiendo al futuro que les auguraban como profesionales en una escala de “tumbado en primer partido” a “superestrella”. Los investigadores manipularon las presentaciones estableciendo analogías con jugadores de fama reconocida. Algunas de estas analogías estaban basadas en rasgos que tenían que ver con el básquet, pero otras eran del todo irrelevantes, como por ejemplo apuntar que el hipotético jugador había crecido en el mismo barrio que el famoso X. En todos los casos, las presentaciones manipuladas fueron mejor puntuadas que las de control, mostrando que en general, si disponemos de una analogía, nos acogemos a ella para la toma de decisiones, incluso si está basada en similitudes irrelevantes.

Esto nos hace pensar que la analogía es un potente recurso persuasivo que además se presta bien a la manipulación. En este apartado exploraremos primero las funciones persuasivas de las analogías laxas y las estrechas, y finalmente veremos cómo toman forma en la representación narrativa, para lo cual ampliaremos la explicación sobre la alineación estructural.

3.2.2.1 Analogía laxa

Como ejemplo de analogía laxa o de distintos campos, Markman y Moreau hacen referencia a la ‘teoría del dominó’ del ámbito político, que ha sido ampliamente estudiada por varios historiadores durante las últimas décadas (ibídem: 365-368).

Según estos autores, el uso de analogías en el ámbito político se extendió mucho después de la Segunda Guerra Mundial, época convulsa en que hubo que afrontar profundos cambios y varias situaciones con pocos precedentes. Los centros de poder cambiaron, Estados Unidos y la Unión Soviética se levantaron como potencias internacionales y desde la perspectiva occidental pronto se empezó a ver la política global como un enfrentamiento entre los países alineados con EEUU y países alineados con la URSS. En ese contexto, una de las analogías más potentes que se usaron para describir la interrelación entre los países de un mismo bando fue la del dominó.

Al igual que una línea de piezas de dominó, se concebía el bando liberal como una alineación de países en que la caída de uno derribaría todo el resto. Por lo tanto, todos los países eran igualmente importantes y había que preservarlos de cualquier fuerza externa que pudiera desestabilizarlos, en concreto la del comunismo. Esta analogía, que de entrada no implicaba una línea de acción concreta, fue determinante en la conceptualización del conflicto entre Corea del Norte y Corea del Sur que, según algunos historiadores, podría haber sido considerada una guerra civil y por tanto quedar dentro de las fronteras coreanas. Pero en cambio el conflicto se percibió como una amenaza a todo el bloque del cual formaba parte cada país, dando lugar a la intervención de la ONU y los EEUU primero y después a la de la República Popular China.

Décadas más tarde, con la crisis económica, hemos visto resurgir la analogía del dominó dentro de la Unión Europea. “Si cae Grecia, cae Europa” son las palabras que dirigió Nicolás Sarkozy a Yorgos Papandreu después de que el país heleno recibiera el primer préstamo del Banco Central Europeo³⁶; “Si cae Italia, cae el euro”, decían Angela Merkel y el mismo Sarkozy a Mario Monti poco tiempo después de asumir éste la presidencia del país en riesgo de bancarrota³⁷. Los medios se han ido haciendo eco de este discurso y otros personajes políticos lo han usado para justificar los llamados ‘rescates’ económicos. A la vez, la narrativa de las fichas de dominó ha ido impregnando las secciones de comentario de muchos periódicos y muchos ciudadanos la han asumido como verdad.

Esta analogía ha convivido con otras destinadas también a justificar la dinámica de los préstamos del BCE a países en riesgo de quiebra tras la financiación de la deuda de los bancos. Por ejemplo con la de Europa como “una gran familia” con el “deber moral” de ser “solidarios” los unos con los otros³⁸, con la de la crisis como una enfermedad que se “contagia”³⁹ o con la de la quiebra como un “tsunami” que entra por un país y puede llegar a arrasar a todos los que están detrás⁴⁰. Pero la del dominó ha tenido un éxito especial, seguramente por sus precedentes en la política internacional, que le granjearon un lugar en el imaginario político occidental, haciéndola especialmente coherente con la situación actual.

La Unión Europea no es un juego de fichas de dominó ni una gran familia, así como la crisis no es una ola ni una enfermedad. El hecho de que se haya recurrido a analogías con dominios ajenos tanto a la economía como a la política para justificar decisiones político-económicas puede responder a varios motivos: o bien no hay experiencia previa, o bien existe pero no interesa a los centros de poder rescatarla —dada la magnitud de la crisis y su origen financiero, es curioso que no se haya hablado más del crack del 29—, o bien se ha optado por la analogía fácil en vez de enzarzarse en un razonamiento de casuística, o bien se considera preferible usar analogías laxas porque son menos comprometedoras, o bien se considera que estas analogías son más persuasivas⁴¹.

En cualquier caso, vemos que la analogía del dominó genera un marco de predisposiciones que sólo se concreta en acciones a medida que los acontecimientos van presentando disyuntivas. Su flaqueza es que, al tratarse de un símil tan débil, ofrece pocas

³⁶ MORA, Miguel; AGENCIAS (30 de septiembre de 2011), “Sarkozy: ‘Si cae Grecia, cae Europa’ en *El País*.

³⁷ EFE (25 de noviembre de 2011), “Sarkozy y Merkel dijeron a Monti que ‘si cae Italia cae el euro’ en *El País*.

³⁸ MORA y AGENCIAS, op. cit.

³⁹ REDACCIÓN (13 de noviembre de 2011), “Eurozona: Posibles escenarios” en *ABC*.

⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ En un estudio realizado sobre los discursos políticos y periodísticos entorno al referéndum sobre la independencia de Quebec que se realizó en 1995, Isabelle Blanchette y Kevin Dunbar encontraron que entre las más de 200 analogías que identificaron en 400 artículos publicados durante la semana anterior referéndum, alrededor de un 75% eran analogías de campos semánticos muy alejados de la política, y que según varios sujetos que las calificaron, éstas tenían en general un componente emocional mucho más acusado que del mismo campo. Esto hace pensar que la analogía suele usarse especialmente para generar actitudes emocionales y que las más indicadas para ello son las que se alejan del campo del dominio objetivo y se acercan a ámbitos mucho más informales y cercanos a la experiencia como la familia, el deporte, la magia, la agricultura, los fenómenos naturales, etcétera (DUNBAR, 2001: 319-322).

certezas, pero su punto fuerte es que una misma lógica se puede aplicar a decisiones tan dispares como entrar en una guerra o conceder un crédito, creando sensación de coherencia. Además, este tipo de analogías no requieren de una gran explicación ni de conocimientos previos por parte de los lectores para causar impacto emocional y penetrar en la opinión pública.

3.2.2.2 Analogía estrecha

Las analogías estrechas son operaciones esenciales de la casuística. En el ámbito socio-político es habitual que estas analogías exijan más información y planteen más debate que las analogías de campos distintos, y esto es porque su función no es la de promover actitudes generales, sino que están enfocadas a trazar cauces específicos de acción (MARKMAN y MOREAU, 2001: 372), es decir que son más comprometedoras. No sólo establecen una transferencia de aspectos estructurales, sino que también inciden en la aprehensión de los rasgos específicos del dominio objetivo. Son más difíciles de aceptar pero a la vez tienen más fuerza para provocar cambios de opinión.

La casuística se ha centrado en el uso de analogías estrechas para evaluar las distintas opciones que ofrece una disyuntiva. Pero en un nivel pre-persuasivo, también hay que tener en cuenta que las analogías que intervienen en la definición de una coyuntura, establecen el marco de las alternativas que serán tenidas en cuenta en un escenario de decisión. Establecen lo que Markman y Moreau denominan el ‘juego de consideraciones’—*consideration set*— (ibídem: 373).

Un ejemplo reciente de esta dinámica lo encontramos en España, en el contexto de la escalada del independentismo catalán que estalló el 11 de septiembre de 2012 con la manifestación más multitudinaria que jamás se hubiera congregado tras una demanda tan clara de independencia. A raíz de esa manifestación, los medios informativos lanzaron fuertes campañas a favor y en contra de la independencia. El Gobierno catalán, con Artur Mas a la cabeza, comenzó a esbozar planes de soberanía. Y el Gobierno central español no tardó en responder a esta maniobra con una analogía amenazadora: comparó a Artur Mas con Juan José Ibarretxe⁴², y auguró a las aspiraciones de autodeterminación de Cataluña la misma fatídica suerte que sufrió, en el Congreso de los Diputados, el Estatuto promovido por Ibarretxe y aprobado por el Parlamento Vasco en el cual Euskadi proclamaba su soberanía.

A nivel genérico esta analogía se centraba en recalcar el fracaso que supondría cualquier tentativa de independización. Pero también había muchas similitudes más concretas entre los casos que daban fuerza a la comparación: se trataba de dos eran comunidades históricas convertidas en comunidades autónomas, las dos impulsaban un modelo soberanista desde los parlamentos autonómicos, las dos estaban regidas por la Constitución española que

⁴² DEL RIEGO, Carmen (14 de septiembre de 2012), “Els barons del PP supleixen el silenci del Govern amb advertiments a Mas” en *La Vanguardia*.

excluye explícitamente la posibilidad de la autodeterminación de sus regiones, las dos se enfrentaban a gobiernos centrales de marcado carácter unionista, etcétera. Esta analogía era muy estrecha y sugería claramente el abandono de toda tentativa de secesión

Pero por supuesto el soberanismo no la aceptó, antes bien replicó reavivando la analogía entre Cataluña y Quebec, que ya contaba con cierta tradición, y situando a Canadá como modelo a seguir⁴³. Esta analogía se basaba en el volumen demográfico de las dos regiones, en su especificidad lingüística respecto al resto del país y en su histórica problemática con la independencia. Tradicionalmente se ha usado para resaltar la solidez de Cataluña como comunidad identitaria, y acercarla a una sociedad a la que se atribuyen una sana cultura democrática, prosperidad económica y una actitud tolerante con las diferencias regionales. En esta ocasión, la analogía servía además para apremiar al Estado español a permitir la realización de un referéndum vinculante sobre la soberanía de Cataluña que tomara como modelo la Ley de Claridad aprobada en Canadá en 1998.

Las analogías con el Plan Ibarretxe y con Quebec se usaron para reforzar dos opciones básicas: dejar las cosas como estaban o bien tratar de ejercer el derecho a la autodeterminación en Cataluña. Pero dentro del ‘bando’ soberanista, la analogía con Canadá tuvo también otro efecto, y es que el referéndum fue prácticamente la única vía que se contempló para alcanzar la soberanía, a pesar de que el Gobierno central aseguraba que no iba a respaldarla. Otra analogía que se estableció fue la de Escocia, pero fue en términos muy parecidos a los de Quebec, así que no introdujo ninguna alternativa nueva. Cataluña respaldó la opción que habían tomado sus dos referentes sin tener en cuenta que la situación política de los respectivos países era radicalmente distinta.

Ernest R. May observó que uno de los problemas del razonamiento analógico estrecho es precisamente éste: que solemos centrar la discusión en un número muy reducido de analogías, dejando de lado otros posibles referentes, y que además estas analogías no suelen ser sometidas a un profundo escrutinio (ibídem: 376). Esta limitación pone de manifiesto el carácter altamente opinativo del razonamiento analógico en el ámbito público y muestra el monopolio que puede llegar a establecer una analogía seductora en un panorama donde existe tan poco espacio para la diversidad.

3.2.3 FORMAS DE ANALOGÍA EN LA NARRACIÓN

Hasta ahora hemos estudiado los efectos cognitivos y persuasivos de la analogía, y hemos visto que con un solo movimiento incide a la vez en la conceptualización de los acontecimientos, en la actitud emocional de los lectores al respecto y en la toma de decisiones ante cualquier disyuntiva que planteen. Esto es porque las analogías, cuando tienen éxito, pasan a formar parte de la estructura representacional de la realidad, muchas veces de forma

⁴³ GARCÍA PAGAN, Isabel (15 de septiembre de 2009), “Las diferencias de los planes de Ibarretxe y Mas” en *La Vanguardia*.

indisoluble. En este apartado observaremos las distintas formas en que las analogías pueden insertarse en el relato, es decir, de qué manera sus enunciados inferenciales pueden tomar cuerpo en la representación narrativa.

Al hilo de las investigaciones de Markman y Moreau, decíamos que la operación cognitiva que subyace a la analogía, la alineación estructural, se activa de forma natural, esté o no motivada por una comparación explícita. La alineación estructural es un proceso que asocia las estructuras relacionales de dos o más dominios de conocimiento —ya sean experiencias primarias, conceptos o historias— en base a sus rasgos comunes —‘*commonalities*’—, sus rasgos paralelos —‘*alignable differences*’— y sus rasgos completamente dispares —‘*nonalignable differences*’—, y lo hace de acuerdo con un principio de sistematicidad, es decir que cuanto mayor sea el sistema con rasgos comunes o paralelos, más relevante será la relación entre dominios (ibídem: 377-382; KEANE y COSTELLO, 2001: 289).

Es lo que hacemos de forma espontánea cuando rastreamos nuestra experiencia en busca de referentes que puedan arrojar luz sobre nuevas situaciones. Si es una experiencia directa la que activa la alineación, ésta se realiza sin más condicionantes que la cultura y los prejuicios de cada uno. Pero cuando la primera noticia que tenemos sobre un acontecimiento no proviene de la propia experiencia sino de una representación, es habitual encontrar en ella huellas de las inferencias analógicas que su autor estableció como fruto de su proceso de alineación estructural cuando elaboró conceptualmente la novedad. Es más, podemos hallar resortes que ese autor insertó deliberadamente en la representación para conducir nuestro razonamiento analógico. En el primer caso nos encontramos ante una forma involuntaria de persuasión; el segundo caso constituye una maniobra persuasiva deliberada en toda regla. Pero ambos adoptan formas muy parecidas y tienen mucho peso en la retórica de la narración informativa. Veamos algunas de esas formas.

3.2.3.1 Analogía explícita

El proceso de alineación estructural se activa abiertamente cuando se usan marcas de comparación entre dominios, como por ejemplo: ‘x es igual que y’, ‘es parecido a y’, ‘es como y’, ‘me recuerda a y’ o cualquier otra fórmula que establezca explícitamente una similitud. Cuando los dominios que se ponen en relación son narraciones o caracterizaciones de personajes, habitualmente se recurre a enunciados que engloben toda esa narración o caracterización. Por ejemplo:

Ejemplo 1

“PP pide a Mas "tomar buena nota de lo que le pasó a Ibarretxe.”⁴⁴

Ejemplo 2

“El pasado 2 de abril, Rodrigo Rato afirmó que ‘nos encontramos ante la crisis más importante desde 1930, cuyas pérdidas podrían alcanzar los 800.000 millones de dólares.’⁴⁵

⁴⁴ REDACCIÓN (13 de septiembre de 2012), en *Europa Press*.

Ejemplo 3

“Abercrombie & Fitch es como el típico acosador del instituto, pero traducido al mundo de la moda”, dijo la semana pasada el productor y cineasta Greg Karber [acerca de las declaraciones del consejero delegado de la compañía de moda según el cual ‘No hacemos ropa para gordas ni para chicos que no sean *cool*].”⁴⁶

Estos fragmentos tomados de varias noticias muestran analogías explícitas en las que toda una narración queda resumida en “lo que le pasó a Ibarretxe”, “1930” o “el típico acosador de instituto”. Las formas de razonamiento analógico que contemplaba la retórica clásica, como son el ejemplo histórico o ficticio y la comparación con modelos y estereotipos, suelen presentarse de esta manera, y precisamente es esta exposición franca lo que facilita que, en caso de polémica, se abra una argumentación para reafirmar, rebatir o matizar la asociación. Este tipo de analogías se presta para asistir al debate o al intercambio de razones porque aún no se ha fusionado con la estructura representacional del acontecimiento o la persona.

3.2.3.2 Analogía velada

En el mismo artículo de Thomas Gilovitch que comentamos (vid. supra, p. 44), se relata otro experimento anclado en el ámbito de la política exterior, donde, según varios historiadores que el autor refiere, es habitual que se tomen decisiones basándose en la experiencia de crisis anteriores.

En este experimento se pidió a varios estudiantes universitarios que aconsejaran al gobierno de Estados Unidos qué actitud tomar ante un hipotético conflicto armado que estaba teniendo lugar entre otros países. Se generaron tres relatos del conflicto: uno de control, uno que presentaba rasgos que podían dar lugar a una analogía con Vietnam y otro que sugería una similitud con Alemania en la Segunda Guerra Mundial. Los tres relatos eran iguales excepto por diferencias en rasgos irrelevantes que los acercaban a un, a otro o a ningún conflicto anterior. Por ejemplo el trazado del mapa político del conflicto parecido a Vietnam sugería la forma de la península de Indo-China, mientras que el relato del conflicto parecido a la Segunda Guerra Mundial incluía un fragmento de discurso del líder enemigo en el cual se hallaba una frase célebre pronunciada por Hitler décadas atrás; además en el primer relato se decía que las minorías amenazadas eran transportadas en pequeñas barcas, mientras que en el segundo se afirmaba que los vehículos de transporte eran vagones de tren.

Aunque en ninguno de los relatos se explicitaba la similitud sugerida, las respuestas de los estudiantes mostraron que habían establecido la analogía y recomendaban, en el caso de la Segunda Guerra Mundial, una política mucho más intervencionista que en los otros dos casos. Gilovitch achaca el parecido en las respuestas dadas a la opción de Vietnam y a la de control al hecho de que la crisis de Vietnam era la más reciente en la memoria de los ciudadanos

⁴⁵ CONTRERAS, Pepe (30 de septiembre de 2008) Rodrigo Rato ‘no se equivocaba un rato’: la crisis afectaría a España ‘de manera real’ en 2008” en *El Economista*.

⁴⁶ HERTRAMPF, Cecilia (20 de mayo de 2013) “Ni gordas ni feos ni inadaptados” en *El País*.

americanos y por tanto lo natural era acudir a ella como referente de un conflicto internacional.

Las respuestas fueron estudiadas en busca de rasgos que indicaran si los estudiantes eran conscientes de la analogía que sugerida y del condicionamiento de su decisión, pero no se encontró evidencia de ello. Lo mismo ocurrió en el experimento de los jugadores de básquet. En éste se incluyeron analogías veladas y cuando se preguntó directamente a los sujetos si habían sido influidos por dichas analogías, algunos dijeron que las habían detectado, otros que no, pero ninguno reconoció haber sido influenciado. Esto hace pensar que la analogía velada, que imita el razonamiento analógico que realizamos en nuestra experiencia directa cuando nos encontramos ante una situación nueva, muchas veces ejerce su influencia sin que tengamos consciencia de ello.

Los experimentos de Gilovitch sugieren que la selección de la información que realizan los medios informativos al redactar las noticias se puede conducir o manipular, ya sea consciente o inconscientemente, para guiar el razonamiento analógico del público e incidir en su comprensión de la realidad, en sus actitudes, sus juicios y sus decisiones. Dicho de otra manera: con el relato se pueden fabricar similitudes.

La diferencia esencial entre la analogía velada y la explícita es que, de alguna manera, la primera queda integrada en la representación del acontecimiento mientras que la segunda es percibida como un añadido conceptual que se puede rebatir. La analogía velada no sirve tanto para debatir entorno al acontecimiento como para armar su imagen. Se lleva a cabo lo que en el ámbito de las cognición se llama ‘combinación conceptual’ —‘*conceptual blending*’—:

“Like standard analogical mapping, blending aligns two partial structures (the inputs). But in addition, blending projects selectively to form a third structure, the blend. The blend is not a simple composition of the inputs. Through pattern completion and dynamic elaboration, it develops an emergent organization of its own. The blend can be used to provide inferences, emotional content, rhetorical force, and novel conceptualization” (FAUCONNIER, 2001: 256).

Se han identificado numerosos esquemas de combinación conceptual y la investigación sigue en curso, pero ya está aceptado que parte de estos esquemas implican la analogía. Otro ejemplo de combinación conceptual es el nombre *Merkiavelli*, con el que los sectores contrarios a la política europea de Angela Merkel han rebautizado a la canciller alemana.

3.2.3.3 Analogía transtextual o combinación conceptual

Hemos dicho que la analogía siempre implica una relación entre dos o más dominios de conocimiento en la cual la representación de los dominios objetivo se hace en virtud de la estructura conceptual del dominio fuente. Este planteamiento parte de una perspectiva cognitiva, pero ahora vamos a enfocarlo desde la semiología.

Asimilaremos la relación entre dos dominios de conocimiento en que uno influye de forma abierta o velada en el otro, a la relación entre dos discursos entre los cuales también se establecen influencias. En la relación semiológica, como en la cognitiva, el nuevo discurso se

apoya en el viejo para generar sentido, ya sea a partir de una cita, una alusión, una similitud estructural, etcétera. Por otro lado, el viejo discurso se ve reforzado, legitimado, y en parte modificado por su nuevo uso.

Pues bien, lo que queremos mostrar es que a menudo el relato periodístico establece analogías entre varios acontecimientos no mostrando similitudes entre los acontecimientos en sí, sino creando relaciones entre los relatos que los plasmaron. Relaciones que la teoría semiológica de la transtextualidad nos puede ayudar a identificar. Veamos algunos ejemplos:

Ejemplo de relación intertextual de alusión⁴⁷

“El prefijo “pos” es la palabra clave de nuestra época: posmodernidad, posdemocracia, constelación posnacional. “Pos” es el bastón de ciego de los intelectuales: la pequeña palabra para el gran desconcierto que lo preside todo. *Y el fantasma de la ‘pos-gran-nación’ recorre Francia y Europa.* La narración del papel especial de Francia en Europa y en el mundo pierde su sentido histórico.”⁴⁸

En este primer ejemplo, el sociólogo Ulrich Beck hace una alusión sin comillas y sin atribución al célebre incipit del *Manifiesto del Partido Comunista* de Marx y Engels, para conceptualizar la decadencia de la visión de Francia como un país fuerte y central en Europa. Mediante esta analogía muestra la realidad de “post-gran-nación” del país como un cambio que no se reconoce por temor, pero que cada vez es más evidente y precisa ser puesto en palabras; exactamente como lo precisaba el comunismo según Marx y Engels. Aunque el enunciado no es explícitamente analógico, la alusión hace que transfiramos los rasgos estructurales del avance del comunismo que describieron los dos filósofos alemanes al avance que vive hoy la conciencia sobre el fin del esplendor francés.

Otra forma de analogía transtextual es la que se genera por lo que Genette llama ‘hipertextualidad’: “Entiendo por ello toda relación que une un texto B (al que llamaré *hipertexto*) a un texto anterior A (al que llamaré *hipotexto*) en el que se inserta de una manera que no es el comentario”. La relación puede ser “tal que B no hable en absoluto de A, pero que no podría existir sin A, del cual resulta al término de una operación que calificaré, también provisionalmente, como *transformación*, y al que, en consecuencia, evoca más o menos explícitamente, sin necesariamente hablar de él y citarlo” (GENETTE, 1962: 14). Esto ocurre por ejemplo cuando el relato de un acontecimiento se alinea con un tema o un motivo convencional y adquiere su estructura. Puede ser que no haya referencia directa alguna a dicho referente, pero por alineación estructural podemos llegar a transferir al nuevo acontecimiento el juicio o la emoción que teníamos vinculada al referente convencional. En estos casos, la nueva historia no existiría de no ser por su referente, que influye directamente en la selección de la información y la composición del relato.

⁴⁷ Que marcamos con cursivas.

⁴⁸ BECK, Ulrich (17 de mayo de 2013), “De la apatía a la transformación” en *El País*.

Un buen ejemplo de la analogía hipertextual es la caracterización que se hizo del personaje de Julian Assange antes de que cayera sobre él la campaña de desprestigio que le lanzaron los medios informativos después de explotar su imagen de héroe. Cuando aún estábamos todos fascinados por el fenómeno de Assange, el periódico *El País* publicó una entrevista con él en la que quedaba perfectamente plasmada la imagen que se había construido del personaje como un bandido justo (FRENZEL, 1976: 28-35). Una especie de Robbin Hood de la información que traía de cabeza a los poderosos arrebatándoles sus secretos para entregárselos al pueblo, que tenía que vivir escondido, burlando la justicia de los hombres, para seguir sirviendo a la justicia natural. A continuación transcribimos algunos fragmentos de dicha entrevista:

“Cita secreta con el hombre que hace temblar al Pentágono

“Es la pesadilla de la todopoderosa inteligencia militar de EE UU. Se llama Julian Assange, tiene 39 años y una profesión: reventar a escala mundial los mayores secretos oficiales

“El Pentágono ha desplegado un equipo de 120 personas para frenar sus filtraciones. Suecia, el país al que acudió a refugiarse, le ha negado el permiso de residencia. El hombre que destapa los documentos silenciados, el enemigo de las verdades oficiales, volvió a asestar ayer un nuevo golpe. Se llama Julian Assange. Tiene 39 años. Nos concedió una cita secreta en Londres.

“Julian Assange vive en un universo de secretos. Secretos eran los 400.000 documentos sobre la guerra de Irak que liberó ayer. Secretos son los 30 envíos que cada día recibe el portal que dirige, inagotable fuente de denuncia a escala planetaria. Secretas procuran ser sus comunicaciones, sus entradas y salidas. Su organización también vive envuelta en el más absoluto de los secretos. Secreta por tanto tenía que ser la cita con el hombre que se ha convertido en serio enemigo del todopoderoso Pentágono.

“[...] La noche previa al encuentro recibimos un mensaje con la dirección de un restaurante al norte de Londres. Allí nos recibe a las 12.00 en punto la persona que le lleva las relaciones con la prensa. Nos conduce a un callejón y nos sube a unas oficinas. Un retrato de Nelson Mandela preside esta sala con largas mesas rectangulares de trabajo y paredes en tonos verde claro.

“Julian Assange no está. No ha llegado. Se le espera. Preguntamos si hay algún otro miembro de la organización con el que podamos hablar. Al poco, por la puerta entra un hombre alto y fornido, chaqueta y pantalón negros, jersey gris de cuello alto, ojos azules, pelo canoso. Es Kristinn Hrafnson, periodista islandés que trabajó durante 20 años en la televisión estatal y que se ha enrolado en el pelotón de Assange: "Tenía ganas de trabajar en historias que crean grandes olas en el mundo", explica.

“[...] Assange se sienta por fin frente a la grabadora. Es un hombre muy alto, fuerte, magnético. Su antaño pelo largo totalmente blanco, que este verano dio paso al pelo corto castaño claro, es ahora una mezcla de esas dos fases. A sus 39 años, desprende un carisma indiscutible. Dos personas que han trabajado con él y que no quieren identificarse le describen como un hombre extremadamente inteligente. ¿Más calificativos?: Valiente; trabajador; divertido. El último héroe del periodismo combativo elige sentarse en la mesa que le permite tener el retrato de Mandela detrás de él: "Es importante tener bien guardadas las espaldas", bromea.

“[...] Assange sabe cultivar los silencios. Habla mirando al horizonte, sus ojos se mueven de izquierda a derecha y de derecha a izquierda mientras busca la palabra precisa. Su voz grave, levemente quebrada, y su querencia por el susurro, más propio de la confidencia que de la entrevista, confiere aún mayor intensidad a sus palabras. Habla tan bajo que conduce al interlocutor a un compromiso de escucha insoslayable. O aguzas el oído, o no te enteras.

“Assange es un hombre acosado. Tiene que protegerse. El pasado 27 de septiembre su equipaje fue requisado cuando abandonaba Estocolmo. La hipótesis de que alguien esté intentando vigilar sus pasos o interferir en sus comunicaciones no resulta descabellada. Todas las comunicaciones que realiza por teléfono o *mail* están encriptadas, es un excelente criptógrafo, tiene un pasado de *hacker*. Los protocolos de seguridad que debe seguir son estrictos. En algunos lugares, confiesa, debe moverse con guardaespaldas.

“Nunca se sabe dónde está, dónde dormirá esta noche, o en qué anda. Su vida nada en los secretos. Se mueve rápido y procura no dejar rastro [...]”⁴⁹

Para todos los que crecimos fascinados por las aventuras de Robbin Hood, esta trepidante crónica del encuentro con el misterioso Assange en seguida revela sus paralelismos con la historia del bandido de los bosques de Sherwood: el “todopoderoso pentágono” es el malvado y codicioso Rey Juan; el fornido irlandés Kristinn Hrafnson bien podría ser Little John; el estilo de vida de toda la pandilla es exactamente igual que la de los amigos de Hood —siempre escondidos, siempre huyendo de la guardia real— y por supuesto Assange es nuestro heroico arquero.

En estos dos ejemplos, hemos hallado relaciones de transtextualidad entre discursos entendidos de una forma tradicional, pero también se pueden establecer este tipo de relaciones entre discursos entendidos desde una perspectiva foucaultiana, es decir, como “forms of knowledge or powerful sets of assumptions, expectations and explanation, governing mainstream social and cultural practices” (HODGES, 2011: 6), como por ejemplo la “guerra contra el terror” de Bush o la teoría del “expolio fiscal” de Artur Mas en Cataluña.

Una exploración detenida de las relaciones entre la teoría cognitiva y la semiología trascendería por completo el objetivo de esta investigación. Pero no queríamos dejar de tender este puente transdisciplinar que consideramos que puede dar buenos resultados en el estudio de la analogía narrativa.

3.2.3.4 La metáfora

La metáfora ha sido considerada, por lo menos desde una perspectiva cognitiva, como una forma de analogía entre dos dominios parte de cuyos rasgos quedan fundidos en su expresión. De hecho, la obra de George Lakoff y Mark Johnson *Metáforas de la vida cotidiana* (1980) se considera seminal en el desarrollo de la investigación entorno al razonamiento analógico. Esta obra dio el toque de salida al estudio de la metáfora no sólo como recurso estilístico o como fenómeno semiológico, sino también como un mecanismo cognitivo esencial dentro de la familia de las analogías. Y así como hablábamos de la combinación conceptual en relación a la analogía transtextual, también muchas metáforas pueden considerarse formas de combinación que dan lugar a nuevos sentidos.

En esta ocasión no profundizaremos en los intrínquilis de la metáfora porque es un campo vastísimo sobre el que ya se ha hablado mucho, pero sí queremos hacer un apunte sobre un uso de la metáfora que se inserta muy frecuentemente en la narración periodística y que tiene un gran poder persuasivo porque, una vez más, enraíza en la mismísima conceptualización de los acontecimientos.

⁴⁹ ELOLA, Joseba (24 de octubre de 2010), en *El País*.

Lakoff y Johnson mostraron que muchas de las metáforas que utilizamos en nuestro día a día se basan en esquemas imaginísticos cultivados en el campo de la experiencia que nos ayudan a estructurar y organizar el conocimiento abstracto. Y de la misma manera que estructuran nuestro conocimiento, también guían la opinión y la acción. Como otros tipos de analogías laxas, las metáforas pueden convivir y combinarse sin problemas para caracterizar un acontecimiento desde distintas perspectivas.

Cuando se inserta en la narración, a menudo la metáfora no le explicita. Se mantiene la misma palabra que denominaba el campo objeto, pero se atribuyen a éste acciones, necesidades o cualidades propias del dominio fuente, de manera que la combinación conceptual se realiza en la imaginación del lector. Otra forma de caracterizar un acontecimiento a través de metáforas es usar varias metáforas todas del mismo campo, de manera que a nivel imaginativo el acontecimiento queda integrado en él, asumiendo las características que le son propias. Veámoslo mejor con un ejemplo.

En 2008, el experto en sociología del conocimiento Emmánuel Lizcano publicó un artículo que analizaba desde una perspectiva muy cercana a la que proponen Lakoff y Johnson las metáforas que estaban usando los medios informativos para conceptualizar una crisis económica se acababa de desencadenar y de la que poco se entendía en ese momento. En este artículo identificaba cuatro metáforas clave que a su entender estaban ejerciendo un importante poder persuasivo en la ciudadanía: la crisis como fenómeno de la naturaleza, la crisis como paciente enfermo o como enfermedad, los mercados y los estados como entes antropomórficos y la razón tecnocrática como deidad (2008). Para ilustrar el funcionamiento del primer mecanismo aludido, a continuación rescatamos algunos de los ejemplos que usa el autor para mostrar la economía como paciente enfermo:

Ejemplo de intercambio de características entre dominio fuente y dominio objeto

“Quizá en la propia *patología* de la crisis y en su *correcto diagnóstico* se detecten las correcciones y reformas necesarias para evitar *otros episodios* similares. (...) Esta *epidemia* de prácticas incorrectas ha tenido un *efecto contagio* en la economía *real*. [...] “Grandes *dosis* de *inyecciones* de liquidez” para “*alimentar los flujos* de capital”, “*regenerar* los *fondos* monetarios” y “*potenciar las reservas* de los depósitos” (37).

Como vemos, en este caso la crisis *tiene* una “patología”, puede *provocar* “contagio”, y *requiere* un “diagnóstico” así como la economía enferma *requiere* “grandes inyecciones de liquidez”. En ningún momento se ha explicitado la metáfora de la crisis como enfermedad ni de la economía como enfermo, pero las acciones, características y necesidades que se les atribuyen fijan la metáfora en la imaginación. Y una vez establecida la analogía entre la economía y un paciente enfermo, como observa Lizcano, ¿quién se opondrá a prodigarle curas y cuidados?

El otro recurso que mencionamos es el uso de muchas metáforas del mismo campo. En la caracterización de la crisis como fenómeno de la naturaleza —económica—, se puede observar cómo el juego de metáforas da lugar a la analogía:

Ejemplo de uso de varias metáforas de un campo para integrar el dominio objeto en él

“La tormenta sacude al mundo. La crisis financiera *cruza el Atlántico* y *se deja sentir* en todo el planeta”.- “Los mercados siguen *agitados*”.- “Las bolsas sufren brutales *sacudidas*”.- “Otro *vendaval* argentino”.- “La *fuerza del huracán financiero* obliga al Gobierno a ...”.- “El *tsunami* provocado por los precios de la energía y de las materias primas alimentarias” (35).

Son interesantes las observaciones del autor sobre los efectos retóricos de esta analogía: “Como efecto retórico derivado de esta estrategia de naturalización se obtiene que *esta* economía es la economía (a secas), del mismo modo que este planeta es el planeta y esta naturaleza es la naturaleza” (35). La metáfora es quizás una de las formas más libres de analogía puesto que no depende de una similitud previa entre dominios. Como observaba Ricoeur, la metáfora es un fenómeno de innovación semántica que no *halla* relaciones entre dos campos, sino que las *crea* (1983: 31-32). Y una vez creadas, estas relaciones semánticas condicionan tanto la praxis como la casuística más elaborada, sólo que actúan en un nivel inferior de conciencia que dificulta enormemente su identificación.

3.2.3.5 La narración como ejemplo y modelo

Hasta ahora hemos observado cómo el tratamiento narrativo de un acontecimiento puede conectarlo con otro anterior y así establecer entre ambos una transferencia de sentido. Pero el relato tiene otro papel fundamental en la dinámica analógica, que es la de crear ella misma el precedente al que se remitirán los lectores a la hora de juzgar situaciones futuras. Marsha Witten habla de las narrativas corporativas que encarnan los valores y modelos de comportamiento que se espera que los empleados observen (1993). Se trata de una aplicación clara del *storytelling* destinada a dar forma a la sub-cultura de un colectivo determinado. Está basada en el mismo principio que rige la transmisión de los valores y las costumbres tradicionales a través de los cuentos y las historias familiares o nacionales, sólo que en este caso las tradiciones son calculadamente elaboradas e imprimidas en relatos fabricados ad hoc.

No se puede decir que el relato periodístico genere relatos ex profeso para figurar los valores de una cultura, pero lo que sí se puede afirmar es que buena parte de lo que se considera información de actualidad puede tener ese efecto, e incluso hay determinadas historias que se eligen y se labran en forma de modelos a seguir, o de ejemplos de lo mal que le puede ir al lector —o a la sociedad entera— en caso de no hacer o creer lo que es debido. Se trata de ejemplos que actúan de manera velada, subrepticia, para guiar la conducta de la sociedad. En palabras de Witten:

“Guías tácitas de conocimiento, los ejemplos no suelen ser materia de atención consciente. En cambio, al operar por debajo del nivel de la conciencia discursiva, ayudan a construir la ‘estructura profunda’ del orden de la organización: un conjunto de presupuestos no examinados que se dan por supuestos acerca del comportamiento adecuado en la organización” (ibidem: 146)

Donde Witten dice “orden de la organización” nosotros bien podríamos decir “orden social”. La autora propone rescatar el término ‘habitus’ que acuñó Bourdieu en su *Esquema de una teoría de la práctica*, para referirse al efecto de este tipo de ejemplos. El habitus, según lo elabora Witten se define como “un sistema de disposiciones (...) duraderas’ que permite ‘improvisaciones reguladas’, es decir, la aplicación analógica inconsciente de ejemplos a diferentes sectores de la práctica” (ibídem).

Ladrones, asesinos y maltratadores metidos en prisión, padres y madres irresponsables despojados de la custodia de sus hijos, médicos negligentes condenados a pagar sustanciosas indemnizaciones a sus pacientes, conductores temerarios y alcoholizados afectados por aciagos accidentes de tráfico, jóvenes sin estudios engordando las filas del paro, grupos de ecologistas radicales fracasando en su intento de detener las perforaciones de una compañía petrolera y un largo etcétera de ejemplos negativos llenan en plétora los periódicos cada día. En las mismas páginas, valientes emprendedores alcanzan el éxito en sus negocios, aplicados investigadores desarrollan una vacuna contra el VIH, civilizados manifestantes muestran su descontento tocando los tambores por la calle con una sonrisa en el rostro y las sesiones del parlamento concentran la atención de todo el país. Así son las cosas y así es como deben ser. Y la prensa se ocupa de abastecernos de referentes para asistir nuestra práctica cotidiana y nuestras decisiones éticas.⁵⁰

Después hay ejemplos y modelos en los que reconocemos una elaboración más tendenciosa. Porque así como se puede construir la similitud, también se pueden construir imágenes paradigmáticas de lo que debe y no debe ser. Por ejemplo, en el enésimo artículo de denigración de la figura de Hugo Chávez, un periodista de *El País* hacía el siguiente diagnóstico de la situación de Venezuela:

“La “burguesía”, es decir, la gente corriente que se levanta temprano para ir a trabajar, sobrevive salvando los obstáculos que el chavismo ha ido sembrando en la vida cotidiana de los venezolanos. La ley de trabajo que obliga al empresario a indemnizar a un despedido con un año de salario ha servido para restringir la contratación de personal y para que el empleado no dé golpe. La ley de alquileres beneficia hasta tal punto al inquilino que ha reducido al mínimo el arriendo de viviendas. La política de relocalización de vecinos o de los indigentes abandonados a sus suerte desde las inundaciones de hace dos años en Caracas en barrios *ricos* para alterar el censo electoral de algunas zonas ha llevado al abandono de casas o incluso al envejecimiento artificial de las viviendas para que no sean una tentación para los delincuentes. Por no hablar de la escasez de alimentos y medicinas, los apagones, la inflación más alta de América Latina o las pandillas de chavistas motorizados que recorren las calles amedrentando al público disparando al aire (no siempre) o dando palizas.”⁵¹

Que el país está atravesando un momento difícil y que la administración tiene que ver en ello parece evidente. Pero la cadena de causas y consecuencias que elabora Luis Prados en este ejemplo negativo, nos lleva a la siguiente conclusión: si no queremos caer en un estado de

⁵⁰ Duch y Chillón hablan del entorno mediático como una de las principales estructuras de acogida, es decir de enculturación de la sociedad Occidental, provisorio de modelos y referentes como lo son la estructura familiar o la educativa (2011: 51).

⁵¹ PRADOS, Luis (16 de abril de 2013), “El fin del *lumpen* chavista” en *El País*.

escasez, paro y violencia, lo mejor es que moderemos la indemnización por despido y la protección al inquilino en los regímenes de alquiler y que mantengamos los barrios ricos limpios de pobres e indeseables, o mejor, que nada amenace la apacible estratificación social en que estamos instalados. Y sobretodo, que ni se nos ocurra rescatar la perspectiva de clase o alguna otra de esas patrañas comunistas, porque aquí ‘burgueses’ somos todos. En este caso la explicación de un estado de cosas es claramente planteado en términos didácticos que muestran con ejemplos paradigmáticos —prototipos— lo que no hay que hacer en materia de política social, reforzando los valores neoliberales que imperan en Europa.

El relato mediático llegar a ser autorreferencial, puede crear sus prototipos y casos paradigmáticos y usarlos después para caracterizar y juzgar nuevas situaciones, generando una atmósfera de juicios, valores, actitudes, roles y opiniones que alcanzan una gran penetración y por tanto inciden en los *habitus* de una sociedad entera. Es sin duda una forma de enculturación que alcanza prácticamente todas las instituciones que regulan la vida colectiva en Occidente y que contribuye a la construcción de la realidad social en los términos en que lo planteaban Peter L. Berger y Thomas Luckman (1966), aunque con una precisión que añade Marsha Witten: esta construcción no es fruto de la negociación colectiva y democrática sino que en ella tienen clara preferencia los círculos de poder (1993: 137).

4. PERSUASIÓN EN LAS OPERACIONES DE CONOCIMIENTO



Hemos ido repitiendo y mostrando a lo largo de los capítulos anteriores que el relato puede ser un discurso muy persuasivo y que el tipo de persuasión que ejerce no se basa tanto en promover una opinión o una acción por medio de sugerencias u órdenes, sino en promover una determinada forma de entender el mundo, en dar un sentido al acontecer que genere, como respuesta a él, la actitud deseada.

En el capítulo anterior estudiamos dos recursos esenciales con que cuenta la narración para generar sentido, siempre teniendo en cuenta los referentes y las predisposiciones del público. En este capítulo vamos a ver cómo se usan esos recursos para fijar una determinada imagen del acontecer. Veremos cómo inciden en la concepción de la identidad, tanto propia como ajena, cómo se usan para estructurar y significar los acontecimientos, y veremos finalmente el tipo de explicaciones que pueden ofrecer. En resumen, estudiaremos las dinámicas del conocimiento narrativo veremos de qué manera, bajo qué condicionantes y con qué propósitos puede responder a las preguntas esenciales del periodismo y de la experiencia: “¿quién?”, “¿qué?” y “¿por qué?”.

4.1 IDENTIFICACIÓN

Desde que Paul Ricoeur formulara el concepto de ‘identidad narrativa’, mucho ha sido dicho y estudiado entorno a la unificación de la experiencia del sujeto en base al relato. Esta idea es fecunda porque se sitúa en un término medio entre la identidad percibida como una esencia inmutable tal como lo entendió el idealismo, y la identidad percibida como una ilusión lingüística tal como lo ha planteado cierto postmodernismo radical heredero de los postulados de Nietzsche. De acuerdo con Ricoeur,

“sin la ayuda de la narración, el problema de la identidad personal está condenado a una antinomia sin solución: o se presenta un sujeto idéntico a sí mismo en la diversidad de sus estados, o se sostiene, siguiendo a Hume y Nietzsche, que este sujeto idéntico no es más que una ilusión sustancialista, cuya eliminación no muestra más que una diversidad de cogniciones, de emociones, de voliciones” (1985: 997-998).

En cambio, si se admite el relato como eje de la identidad, entonces se pueden entender “el cambio, la mutabilidad” dentro de la “cohesión de una vida” (ibídem), que descansa en la estructura temporal de la narración. La producción de identidad narrativa, o la ‘ipseidad’, responde a los mismos principios que la producción de la experiencia: “no podría ser asignada de modo exhaustivo ni a la historia ni al relato de ficción, sino a su entrecruzamiento” (ibídem: 995). Aún estando basada en la realidad factual, su significado se organiza de

acuerdo con la ‘forma de concordancia discordante’ —o estructura narrativa— así como con otros esquemas generados imaginativamente y consolidados por la tradición, que Ricoeur, como dijimos, identifica con la ficción (1983: 137). En otras palabras, las narraciones que componemos sobre nosotros mismos y que asumimos como nuestra identidad, tienen veneros ‘ficcional’ —nosotros diríamos convencionales— como los géneros, los argumentos, los caracteres, los tipos y los estereotipos, que, en interacción con elementos experienciales, forman nuestra ipseidad.

La perspectiva de Ricoeur tiene dos puntos fuertes: el primero es que señala la narración como fuente de identidad, es decir que nos indica el camino para estudiar la relación entre los relatos que nos contamos y que nos cuentan, y la imagen que finalmente nos formamos de nosotros mismos. El segundo punto fuerte es que pone sus miras en la cultura y como fuente de modelos y estructuras que inciden en la formación de nuestra autoimagen. Sin embargo consideramos que también deja muchos flancos descubiertos: por un lado no menciona la interrelación, a veces contradictoria, a veces inconsciente, entre nuestra identidad y nuestra conducta, así como tampoco explica qué motivos nos llevan a adoptar una u otra narrativa en la composición de nuestro *ipse*. Por otro lado, en cuanto a las influencias y los condicionantes que inciden en esta composición, consideramos que la dimensión social y cognitiva de identidad son injustamente despreciadas por Ricoeur, así como otras fuentes culturales de narración que se salen de lo literario, entre ellas los relatos de actualidad. En este apartado trataremos de cubrir dichos flancos.

Una de las peculiaridades del relato mediático es que no sólo nos presenta personajes con quienes identificarnos, sino que esos personajes son también personas vivientes y sintientes con quienes el lector debe convivir, interactuando directa o indirectamente y compartiendo el espacio público. Así pues, la representación de las identidades en el relato mediático no solo propone modelos al lector, sino que constituye una de las principales vías por las que ese lector experimenta a los demás, traba su relación con ellos y se define en relación a ellos. En pocas palabras: los medios proveen la información que usaremos para orientarnos en buena parte de nuestras relaciones sociales. En términos retóricos éste es un gran poder puesto que, además de fomentar modelos de conducta, puede despertar o adormecer el interés por las vicisitudes de ciertas personas o colectivos, presentar un problema como propio o ajeno, fomentar vínculos o destruirlos, orientar simpatías o alimentar una u otra forma de interacción social. Todo en base a los parámetros en que se definen la identidad propia y la ajena.

4.1.1 IDENTIDAD PRÁCTICA E IDENTIDAD CATEGORIAL

Desde una perspectiva cognitiva Patrick Colm Hogan propone distinguir entre dos niveles de identidad. La ‘identidad práctica’ es el conjunto de esquemas representacionales

y estructuras de comportamiento que cada uno guarda en su memoria, en función de los cuales articula su comportamiento y su relación con los demás (cfr. 2009: 27). La identidad práctica sólo es parcialmente compartida por cualquier colectivo y cada persona comparte sólo algunos rasgos de la misma con cada uno de los colectivos de los cuales forma parte. Pero en última instancia el conjunto de la ‘identidad práctica’ es individual. Habitualmente no somos conscientes de ella a no ser que nos falle, es decir que nuestros esquemas se revelen distintos que los de alguna persona con quien interactuamos y tengamos que hacer un esfuerzo para entender e incorporar los suyos. En definitiva, puede decirse que sólo somos conscientes de las diferencias entre nuestra identidad práctica y la de los que nos rodean, pero no de las similitudes.

Por otro lado, la ‘identidad categorial’ es la pertenencia a algún colectivo que considero definitoria de quién soy. Es la manera en que cada uno se ubica en la topografía social —mujer, joven, estudiante, occidental, heterosexual, etcétera—, lo que responde cuando le preguntan por su identidad (ibídem: 29). Por supuesto la identidad práctica y la identidad categorial están relacionadas. Por ejemplo compartiré ciertos rasgos prácticos con otros heterosexuales —sentir atracción por personas del sexo opuesto, establecer relaciones sexuales o amorosas con ellas, etcétera—, pero esto no significa que sean lo mismo. Para ilustrarlo Hogan refiere una conferencia de psicoanálisis a la que asistió donde un analista hablaba sobre dos pacientes. Uno de ellos tenía sexo regularmente con hombres; el otro, en cambio, había tenido un sólo encuentro homosexual muchos años atrás. Pero mientras el segundo se identificaba como homosexual, el primero rehusaba completamente hacerlo.

Esto demuestra que la identidad categorial es casi exclusivamente un rasgo político, que tiene más bien poco que ver con las similitudes y diferencias prácticas que existen entre individuos y mucho con los grupos a los que cada uno pertenece. Como decíamos, tiene algún contenido práctico, pero es en buena medida una cuestión de etiquetas (ibídem: 30). Aunque —y esto consideramos importante añadirlo— cuando uno se siente parte de un grupo, la representación que se haga de él puede incidir fuertemente en la concepción que uno tenga de si mismo y modificar su identidad práctica.

Mientras la identidad práctica se define a nivel individual a través de la conducta y de la interacción con otras personas y representaciones, la identidad categorial es siempre colectiva y es lo que más condiciona las relaciones intragrupo y extragrupo. Se ha experimentado mucho en el ámbito de la psicología social entorno a las relaciones entre grupos y al conocimiento categorial que subyace a ellas.

En el ámbito social, el conocimiento categorial permite una rápida identificación de los demás y nos da claves sobre lo que podemos esperar de ellos y lo que ellos esperan de nosotros. Así, si veo acercarse por la calle a un hombre joven con la cabeza rapada y botas pesadas seguramente me tensaré y evitaré el contacto visual con él. De la misma manera, si estoy sentada en el autobús y se acerca una persona que identifico como ‘mayor’, me

levantaré para cederle mi asiento. Esto es porque relaciono unos determinados rasgos físicos e indumentaria con una actitud violenta en el primer caso y con una debilidad física en el segundo. Sólo un conocimiento de la identidad práctica de esas personas me hará cambiar mi percepción. Dejaré de ver un *skinhead* y un anciano, para ver a Agustín y a Juan; el primero quizás mi tierno amigo de la infancia que está experimentando con su identidad, y el segundo quizás mi abuelo el ciclista, que a los 70 años sigue saliendo a pedalear cada semana y se mantiene más fuerte que mi padre, que sólo tiene 50 pero está hecho un *couch potato*. Habré pasado de relacionarme con ellos en base a la identidad categorial para hacerlo en base a la práctica y por ende dejaré de verlos como miembros intercambiables de un grupo para verlos como individuos.

Estos ejemplos ponen dos cosas de manifiesto: la primera es que en el ámbito social, buena parte de las relaciones que establecemos con los demás se basan en la identidad categorial. Y la segunda es que cuando identificamos a una persona de acuerdo con su categoría, suprimos el desconocimiento que tenemos de ella con contenidos categoriales que pueden tener muy poco que ver con su identidad práctica.

Buena o mala, la percepción categorial de las personas parece ser una estructura cognitiva inherente al ser humano, pero la cuestión es: ¿qué influye en la generación y definición de las categorías? En primer lugar, la categorización permite la delimitación de grupos y por ende gobierna el sentido de pertenencia, que se desarrolla esencialmente en dos direcciones: cuando una persona asume una categoría, se integra en un grupo de personas obteniendo orgullo, apoyo, reconocimiento, etcétera, y en contrapartida adopta las normas del grupo y busca el bien para el mismo, incluso dejando de lado su propia comodidad o bienestar (ibídem: 36; PRATKANIS y ARONSON, 1992: 227). Por otro lado, cuando uno se siente parte de un grupo —intragrupo— es porque a la vez percibe a otros como externos a él —extragrupo—, y entonces es inevitable que empiece a establecer con ellos una relación puramente categorial que, como hemos observado, tiende a la estereotipificación y sobretodo fomenta un infundado sentimiento de superioridad (HOGAN, 2001: 98) que resulta balsámico para la propia autoestima (HOGAN, 2009: 36).

En segundo lugar, es necesario prestar atención al proceso de creación de las categorías. Hogan observa que inicialmente sólo se requieren una etiqueta y un criterio de pertenencia que indique quién participa de esa categoría identitaria (ibídem: 44). Pero para estabilizar su sentido y convertirla en una categoría saliente es necesario que un grupo significativo de personas la promueva y la difunda —ya sea para enaltecerla o denigrarla—; que a través del discurso público opere una homogeneización de sus componentes y diferencie sus prácticas de las de los demás. Si este mensaje logra tener repercusión y es sostenido durante suficiente tiempo, entonces la sociedad comenzará a generar el prototipo de dicha categoría.

A grandes rasgos, el prototipo se puede definir como un caso medio, pero presenta una serie de peculiaridades nada desdeñables. Puesto que no se trata de una media matemática

sino de un proceso que se lleva a cabo de forma ametódica e inconsciente, es habitual que demos más importancia a los rasgos distintivos, especialmente a esos que diferencian una categoría de las contiguas. Además existen otros factores que pueden sesgar esa media, por ejemplo la pertenencia a una categoría opuesta —que nos hará subrayar los rasgos negativos—, o el lugar que ocupe cada grupo en el espacio público —los grupos con más presencia harán prevalecer su visión sesgada sobre los grupos que tengan menos, puesto que no estarán sometidos a negociación. Finalmente, y volviendo a una observación que hicimos al inicio del apartado, hay que tener en cuenta que la media no se establece únicamente a partir de la propia experiencia, sino que en ella tienen mucha incidencia las representaciones culturales del grupo en cuestión, las que hacen la literatura, el cine, las revistas o los medios informativos (ibídem: 47).

Efectivamente, los periódicos tienen un gran poder en la definición de las categorías, que reposa, por un lado, en su capacidad para dar o quitar voz a un colectivo, aunque sólo sea a través de la perspectiva adoptada —es habitual que los periódicos adopten la perspectiva nacional, hablando desde y para la catalanidad o la españolidad, o la perspectiva masculina, centrándose especialmente en los intereses y los personajes masculinos, etcétera—, y por otro, en afirmar, subvertir, reafirmar o purificar la imagen (FISHER, 1970) —el prototipo— de un grupo. Este poder es tal que puede llegar a determinar la imagen que cada uno se figura de la sociedad en la que vive y las relaciones que establece con sus componentes; es un poder tal, que a su vez da poder y lo quita. Tiene una base ideológica y se ejerce por medio de la representación.

4.1.2 TIPOS, CARACTERES, MODELOS, ROLES Y ESTEREOTIPOS

Reflejo de las estructuras cognitivas mencionadas, es un rasgo compartido por todos los géneros narrativos la generación de personajes redondos y planos. Personajes cuya intimidad exploramos y matizamos, que percibimos como seres en desarrollo con una evolución palpable y significativa; y personajes simples, esquemáticos, que juegan un papel fijo para el que parecen haber sido diseñados. Después de todo lo expuesto, es lícito establecer un paralelismo entre personajes redondos y planos e identidades prácticas y categoriales, y es que todos los términos que encabezan este apartado tienen en común su carácter prototípico y una relación promiscua con el relato ficticio y el factual. Gracias a su condición simbólica, saltan de lo cultural a lo social retroalimentando los dos campos. Son esquemas identitarios que nos ofrecen modelos a seguir o rechazar, fijan *habitus* de comportamiento y de apariencia, tipifican colectivos, establecen jerarquías y proponen explicaciones altamente efectivas sobre la realidad social basadas en etiquetas categoriales —recurso que la retórica en sus orígenes ya identificó (*Rhet.*: II, §12-17) y que basó en el concepto de *decorum*, es decir, en lo que se espera de cada uno de acuerdo con sus características personales.

Así como hablamos de tópicos argumentativos, podemos hablar de tópicos narrativos identitarios. Estos últimos son muy utilizados en el relato periodístico porque ejercen el atractivo de lo familiar, conectan con el sentido común y confirman la imagen que el lector tiene de la sociedad. Cuando uno de estos tópicos se erige en prototipo de un grupo social, y resulta muy simple y sesgado, entonces hablamos de estereotipo.

Es muy fácil comprobar el nivel de estereotipificación de un colectivo en el entorno mediático: basta con introducir la etiqueta en el buscador de cualquier medio y leer los titulares que recupera —un experimento que nos proponemos realizar más metódicamente en una futura investigación. Cuando todas las noticias relacionadas se basan en algún rasgo diferenciador de la categoría —especialmente cuando ese rasgo tiene poco que ver con la identidad práctica de sus integrantes—, nos encontramos ante un estereotipo fuerte y vigente. Cuando las noticias se refieren a los rasgos diferenciadores pero no integrándolos en el relato sino cuestionándolos, nos encontramos ante un estereotipo aún arraigado pero en vías de transformación. En cambio, cuando una etiqueta devuelve noticias de índole variada, relacionadas con distintos aspectos de la identidad práctica de los integrantes de la categoría, podemos deducir que nos encontramos ante un grupo dominante o bien ante una categoría floja, que no ha sido cultivada. Veamos un breve ejemplo, con los cinco primeros titulares que devuelve el buscador de *El País* a tras etiquetas categoriales distintas⁵²:

Madrastra

“La fiscalía tutela a un niño que denunció a sus padres por abandono. Un niño de 13 años decidió romper con el abandono que afirma sufrir por parte de su padre y su madrastra”
“Un niño de 11 años de Sant Adrià acusa a su madrastra de malos tratos”
“La madrastra de Mel Gibson pide una orden de alejamiento contra el actor”
“Liza Minnelli vende la casa de su padre con su madrastra dentro”
“Encarcelado el hijo de un joyero por intentar secuestrar a su madrastra”

Transexual

“La Glorieta de ‘la Transexual Sònia’. Barcelona aprueba que la plaza dels Músics en la Ciutadella reciba el nombre de la asesinada a golpes por neonazis en 1991”
“La fiscal rechaza que los cuestionarios a transexuales en Málaga sean vejatorios”
“La fiscalía investiga a la unidad de transexuales de Málaga por trato vejatorio”
“IU registra una ley para garantizar los derechos de los transexuales”
“Los transexuales ya no son enfermos mentales”

Trabajador

“Trabajador zombi: asalariado que no cobra”
“Cómo llegar a CEO a los 30... o antes. Seis jóvenes con objetivos claros cuentan sus recetas para lograr el éxito laboral”
“Un alcalde del PP tendrá que readmitir a un funcionario del PSOE al que despidió”
“Muere un trabajador al caerle una viga en Gavà”
“Los parados con más de tres años sin trabajo se disparan y superan el millón”

Estos tres ejemplos representan lo que acabamos de exponer. Con la interpretación de la realidad en base a estereotipos, los medios reproducen una imagen sesgada de la misma y por tanto perpetúan relaciones de orden, jerarquía, dominio y poder sostenidas por la ideología

⁵² Búsqueda realizada el 31 de mayo de 2013. Hemos seleccionado solamente noticias que tengan a miembros del grupo como protagonistas o afectados, es decir que excluimos usos metafóricos de los vocablos, aunque un estudio sobre los mismos también resultaría revelador.

dominante (PRATKANIS y ARONSON, 1992: 227), que en los casos referidos tiene que ver con modelo familiar, con la identidad sexual —también vinculada en última instancia al modelo familiar— y con las relaciones de producción —en las que el grupo de los trabajadores es prestigioso porque representa la pieza clave del sistema económico capitalista.

4.1.3 USOS PERSUASIVOS DE LA CATEGORIZACIÓN

Los grupos más estereotipados sufren una deshumanización. Quedan en el extrarradio del prototipo de lo humano y por tanto el vínculo emocional que el lector puede establecer con ellos es débil. Esto implica que sus vicisitudes despertarán menos atención, y que el relato que los define no será sometido al sentido crítico, puesto que pasará fácilmente al sistema periférico. Por esa razón resultará sencillo estigmatizarlos, desentendernos de sus problemáticas⁵³ y usarlos como cabeza de turco⁵⁴ ante cualquier conflicto; pues presentar a una persona bajo la luz de un estereotipo da rienda suelta a la *doxa* y generalmente al desdén.

En cambio, cuando percibimos a una persona como intragrupo, nuestra disposición hacia ella se vuelve por naturaleza más favorable y nos predisponemos a empatizar con ella. Su individualidad es reconocida y su estatus aumenta automáticamente. Si pensamos en la construcción del *ethos* en el entorno social, nos damos cuenta de que la dimensión categorial es determinante en la simpatía que despierta el orador y en la autoridad que le reconocemos. Pratkanis y Aronson observan que una forma de acercarse a las personas a quienes se quiere persuadir es mostrarse como parte de su grupo y así ganarse su confianza (ibídem: 229), generar un ‘nosotros’ en vez de un ‘tú’ y un ‘yo’.

Esta estrategia la siguió, por ejemplo, el presidente Artur Mas en su discurso presudo-soberanista de la Diada de 2012. Mientras una manifestación de magnitudes históricas escenificaba las inquietudes independentistas de un sector importante de Cataluña, Mas dirigía a los ciudadanos un amistoso: “Mi corazón, mi espíritu y mi compromiso estará con vosotros. Vuestro clamor es el mío porque, ya sean voces a favor del pacto fiscal o del Estado propio, o por nuestra dignidad, van en la misma dirección: más justicia y libertad para Cataluña”⁵⁵, que pretendía acercar posiciones a pesar de que su mensaje global eludía la mención la independencia.

⁵³ Owen Jones, en su investigación *La demonización de los ‘chavs’* (2011) muestra como la estereotipación de la clase obrera inglesa como un grupo de vagos e inadaptados acomodados en la dependencia de los subsidios sirvió para desproblematizar su pobreza achacándola a sus rasgos naturales. Como sugiere Hogan, nuestro sentimiento de responsabilidad depende de identifiquemos una situación como extraordinaria y de que seamos capaces de asignarle un culpable. En cambio, la estigmatización tiene a naturalizar una situación precaria, haciéndola invisible a los ojos de la emoción y liberando a la sociedad de toda responsabilidad (2009: 171).

⁵⁴ Kenneth Burke propuso una interesante teoría sobre la generación de cabezas de turco, que aplicó a la imagen de los judíos que promovió el nazismo. Resumiendo mucho, el proceso puede describirse de la siguiente forma: cuando un grupo atraviesa una situación difícil por la que se siente culpable es posible que mediante el relato —alterando relaciones causales— transfiera esa culpa a un subgrupo, lo separe de sí y trate de aniquilarlo ya sea literalmente mediante el exterminio o la guerra, o bien simbólicamente mediante la estigmatización (FOSS, FOSS y TRAPP, 1985: 194-197).

⁵⁵ PIÑOL, Àngels (11 de septiembre de 2012), “El independentismo echa un pulso a Rajoy” en *El País*.

Otro de los usos persuasivos de la categoría es la de hacer proselitismo. Para ello nada mejor que crear una categoría con un relato atractivo que seduzca a los lectores para que deseen integrarse en el grupo y a partir de ese momento someterlos a las normas y las condiciones de pertenencia a dicho grupo, que por supuesto habrán sido definidas por los individuos dominantes (ibídem: 228).

Podemos tener una identidad categorial simplemente por cuestiones de identidad práctica que no hemos elegido —edad, sexo, rasgos físicos, tradiciones familiares aceptadas, entorno religioso, etcétera— o bien adoptarla por decisión propia o por presiones sobrevenidas en el entorno. Sea cual sea el caso, los prototipos categoriales no sólo se nutren de rasgos prácticos, sino que a su vez los generan, siguiendo el círculo de la triple mimesis que tan reveladoramente propuso Ricoeur. En el ámbito de la identidad este círculo se traduce en generación de esquemas de comportamiento y apariencia, exigencia de lealtad y sacrificio, establecimiento de unos vínculos y ruptura de otros. Y sobretodo, posibilita que sólo operando un cambio en la representación de una categoría, se pueda cambiar en algún sentido la práctica de todos sus componentes, especialmente cuando la identidad categorial tiene connotaciones positivas⁵⁶.

4.2 INTERPRETACIÓN

En este apartado nos proponemos explorar el tipo de interpretación a que da lugar la narración; el tipo de respuesta que ofrece el discurso narrativo a las preguntas ‘¿qué ocurre?’, ‘¿qué va a ocurrir?’ o ‘¿qué ha ocurrido?’ En la introducción mencionamos la tendencia del postmodernismo a considerar la realidad como un continuum episódico de acaecimientos que sólo mediante el discurso conseguimos ordenar, vincular y significar. Y desde el florecimiento del narrativismo, se ha asignado al discurso narrativo la función de hacer sentido del mundo. “La construcción de la trama”, dice Ricoeur, “es la operación que extrae de la simple sucesión la configuración” (1983: 132), “la disposición configurante transforma la sucesión de los acontecimientos en una totalidad significativa y hace que la historia se deje seguir” (ibídem: 134). Si seguimos el razonamiento de Ricoeur, debemos deducir que cuando nos disponemos a narrar, nos giramos sobre el pasado y sustraemos de su corriente una serie de acontecimientos que articulamos causalmente para generar sentido, muchas veces

⁵⁶ Christian Salmon ofrece un buen ejemplo de uso de este recurso en la publicidad. Los anunciantes presentan sus productos como indispensables —necesarios y suficientes— para la ejecución y el reconocimiento social de un atractivo rol que el cliente quiere mantener o abrazar. Otra modalidad es la representación de modelos de conducta asociados a un rol que incluyen la compra y/o consumo de un producto (2007: 63). Paralelamente a este uso comercial, podemos observar estas dinámicas en los medios. Por ejemplo podemos encontrar representado últimamente el nuevo modelo del ‘joven exitoso’, que ya no es quien consigue un trabajo estable, se casa antes de los treinta y forma una familia, sino que hoy en día, para ser un joven de éxito, hay que estar altamente formado y, o bien triunfar en el mundo de la cultura, o bien montar un proyecto empresarial innovador, a poder ser a través Internet.

siguiendo prototipos —o ‘paradigmas narrativos’ en palabras de Ricoeur— nacidos de la imaginación creativa (ibídem: 137) y que obedecen tanto a la verosimilitud como a las tipificaciones que han ido fraguando en la tradición relativista.

Ciertamente dependemos de la articulación discursiva para aprehender la realidad, y siendo el discurso una representación simbólica, siempre implica un artificio, pero la perspectiva de Ricoeur y en general la del postmodernismo impone una dura dificultad a la hora de estudiar los resortes persuasivos de cada discurso. Si consideramos la realidad previa a la narración como una sucesión inconexa e insignificante de acaeceres, y la configuración de la trama como la primera elaboración necesaria para formar acontecimientos significantes y aprehenderlos, se oscurecen las peculiaridades del sesgo narrativo y por ende parte de sus usos y efectos tanto cognitivos como sociales.

En este apartado y en el siguiente haremos una aproximación a lo que consideramos peculiaridades esenciales del relato prestando especial atención a sus usos refiguradores y persuasivos. En esta investigación por supuesto tomaremos en cuenta la postura de Ricoeur, que plantea la narración como la construcción simbólica que estructura nuestro conocimiento del entorno y de nosotros mismos. Pero además, sumaremos a esta perspectiva de tendencia subjetivista, la que promovía Kenneth Burke años atrás, tratando de no perder pie de la realidad y asegurar una referencia objetiva que veía peligrar.

Burke se daba cuenta de que, en caso de perderse ese punto de anclaje, se perdería también la conciencia sobre los usos y efectos sociales de cada discurso concreto. Por eso llamaba la atención sobre el carácter rabiosamente real de las situaciones en las que se erige la narración y sobre la estrecha relación entre situación —que incluye circunstancias, personas, motivos, intereses, expectativas, etcétera⁵⁷— y relato, llegando a considerar éste como una respuesta estratégica a aquélla, que incorpora una actitud respecto a ella, y afecta a todas las personas que ella engloba:

“Critical and imaginative works are answers to questions posed by the situation in which they arose. They are not merely answers, they are *strategic* answers, *stylized* answers. [...] So I should propose an initial working distinction between ‘strategies’ and ‘situations’, whereby we think of poetry (I use the term to include any work of critical or imaginative cast) as adopting of various strategies for the encompassing of situations. These strategies size up situations, name their

⁵⁷ Lloyd F. Bitzer desarrolló la cuestión de la situación retórica dando lugar a un interesante aunque controvertido estudio sobre los componentes de la situación que da lugar al discurso y su incidencia en él, que inició con el artículo “The rhetorical situation” publicado en 1968. Varios autores han criticado el determinismo de la postura de Fisher —ver, por ejemplo el artículo de John H. Patton (1979)—, y han hecho hincapié en el componente de libertad que siempre hay en la configuración del discurso. A nivel retórico, esta tensión entre determinismo y libertad pone de manifiesto lo engañoso de hablar del relato en singular, ya que así se oculta el carácter persuasivo que deben tener los relatos que quieren imponerse en un panorama de posibilidades múltiples. Así, al hablar de la narración desde un punto de vista epistemológico, resulta ilusorio centrarse en su dimensión íntima y en sus potencialidades sin tener en cuenta las constricciones que imponen los intereses, las disposiciones cognitivas y las predilecciones del público que debe ser persuadido. Las configuraciones narrativas de la realidad son claramente ámbitos en los que, como decía Aristóteles, las cosas pueden ser de otro modo (*Rhet.*: I, §2, 1357a), es decir que entran en el campo de la ética, reposan en la persuasión y deben ser juzgadas como acción, sólo que no como acción física, sino como propone Burke: como acción simbólica (1973).

structure and outstanding ingredients, and name them in a way that contains an attitude toward them.

“This point of view does not, by any means, vow us to personal or historical subjectivism. The situations are real; the strategies for handling them have public content; and insofar as situations overlap from individual to individual, or from one historical period to another, the strategies possess universal relevance” (1973: 77).

Así pues, trataremos los relatos periodísticos como construcciones simbólicas que por un lado dan sentido a la realidad en una operación de conocimiento, y por otro son conformados y negociados estratégicamente en base a exigencias e intereses que incluyen a algunos actores sociales y excluyen a otros —punto donde las relaciones identitarias adquieren gran relevancia—, pero que una vez consolidados llegan a ejercer su poder sobre una sociedad en su conjunto. Una vez más, conocimiento y persuasión se dan de la mano en el ámbito narrativo.

Nos centraremos en cuatro dimensiones que consideramos esenciales en la configuración del sentido en el relato: la selección, la tipificación, la causalidad y el establecimiento de un inicio y un final. Y lo haremos señalando primero algunos de sus rasgos cognitivos e identificando después los usos persuasivos que suelen recibir, todo en relación con la sociedad y la cultura en que se desarrollan.

En la introducción planteamos una diferenciación entre interpretar y explicar que sin duda es difusa. Como afirma Paul Ricoeur, en la narración “explicar por qué algo ocurrió y describir lo que ocurrió coinciden” (1983: 249). Sin embargo consideramos que hay aspectos en que ambas funciones se pueden diferenciar y que además se entienden mejor estudiadas por separado.

Puesto que identificamos cuatro operaciones distintas en la formación del sentido, aprovecharemos para centrarnos en la función configuradora de la selección y la tipificación, y en la función explicativa de la causalidad y el inicio y el final. Esto es sólo parcialmente arbitrario. En parte es una división de laboratorio, practicada artificialmente en pro de la investigación, pero por otra parte veremos que efectivamente las dos funciones tienen efectos cognitivos ligeros pero significativamente distintos.

4.2.1 SELECCIÓN

Incluyendo y excluyendo información gestionamos muchas dimensiones del sentido narrativo: sugerimos analogías —recuérdese que hablábamos de cómo las similitudes pueden ser creadas (vid. supra, p. 51)—, invocamos una categoría u otra para definir a una persona y hacemos que el lector se posicione respecto a ella, damos voz y la quitamos, promovemos tipificaciones —de género, de motivo o tema, etcétera—, iniciamos y finalizamos ciclos de acción y modificamos cadenas causales. En fin, la selección afecta a la mayor parte de las cuestiones que hemos tratado y su dinámica se puede deducir fácilmente de lo que hemos expuesto hasta ahora, así como de lo que estudiaremos en estos últimos apartados.

Lo que queremos explorar aquí son algunos efectos concretos de la selección que tienen una especial incidencia en el relato periodístico y que no hemos tratado hasta el momento. Uno es el efecto de marco —‘*frame*’— y otro muy vinculado a éste es el efecto de clave de interpretación —‘*key*’. El primero recibe un nombre muy elocuente, con una metáfora pictórica que alude a cuestiones de encuadre, enfoque y perspectiva. Y el segundo, que establece una analogía con la música, se refiere a las distintas formas de interpretar las mismas acciones y relatos, como el músico que interpreta la misma pieza en distintas tonalidades.

4.2.1.1 *El marco*

“When we frame in a particular way,” dice Jim Kuypers, “we encourage others to see these facts in a particular way. Framing in this sense can be understood as taking some aspects of our reality and making them more accesible than other aspects” (2009: 181). Pratkanis y Aronson hacen referencia, por ejemplo, a un conjunto de estudios realizado por los psicólogos políticos Iyengar y Kinder⁵⁸, en el que se ponía de manifiesto que aquellos problemas a los que más atención prestaban los noticiarios eran percibidos por las televidentes como los más apremiantes (1992: 83-84). Ésta es una primera forma muy evidente de enmarcación, que delimita el contorno y el dintorno de la actualidad, que se ve afectada por varios condicionantes.

Uno de ellos es lo que llamábamos la ‘hipótesis’ de cada medio sobre la realidad, es decir el tipo de respuesta que da cada uno a la pregunta sobre ‘¿qué es noticia?’. Pero además están los intereses de las fuentes más acreditadas de los medios —por ejemplo los políticos—, de sus directivos y de sus financiadores. Tácticas de la clase política para condicionar la agenda mediática son el bombardeo constante de información sobre los temas en que se quiere centrar la atención del público y las nada extraordinarias ruedas de prensa sin preguntas⁵⁹, que en Cataluña popularizó Jordi Pujol con el famoso “ara no toca”, que servía para declinar cualquier pregunta insidiosa o que se simplemente se saliese de su programa.

De esta manera se decide qué es lo que aparecerá en el relato de la actualidad mediática. Pero igual de importante es el enfoque con que se abordan los temas y los puntos de vista incluidos. Hay varias formas de realizar una selección por enfoque que tienen que ver con la cantidad de veces que aparece una información en los medios, con el espacio dedicado a cada uno de los puntos de vista relevantes, con el detalle con que es abordado cada tema, con el contexto en que son integrados, y con los puntos en que se sitúa el inicio y el final del acontecimiento —algo que veremos con más detalle en el apartado siguiente. Mediante estas

⁵⁸ *News that matters*, Chicago: University of Chicago Press, 1987

⁵⁹ Sobre el desarrollo de las técnicas de *agenda setting* por parte del equipo de comunicación del presidente Donald Reagan en Estados Unidos, ver el capítulo que dedica Christian Salmon a “El relato de la política” dentro de *Storytelling* (2007: 129-156).

estrategias “frames act to define problems, diagnose causes, make moral judgements, and suggest remedies” (KUYPERS, 2009: 182).

La estrategia de comunicación que siguió *Convergència i Unió* como partido de gobierno de Cataluña durante la crisis económica actual, que ha tenido una profunda penetración en los medios, nos servirá como ejemplo de varias estrategias de interpretación narrativa. En medio de una crisis económica global y defendiendo un programa político marcadamente neoliberal, el gobierno de Artur Mas inició una violenta campaña de recortes de la que hubo que dar cuenta a la ciudadanía.

Esta campaña de entrada se enmarcaba en la crisis económica internacional, que tenía como uno de sus orígenes más evidentes las políticas neoliberales que habían desregularizado el mercado financiero a nivel internacional y el mercado de la construcción a nivel nacional. Por otro lado se alineaba con las directrices de la política europea, que también estaba regida por dirigentes neoliberales. Sin embargo la estrategia de comunicación de *CiU* consistió en cambiar el marco cognitivo de los recortes, reduciéndolo a escala nacional —dejando por tanto de lado el panorama internacional antes descrito— y enfocando en primer plano la relación económica entre Cataluña y España, que constituía un histórico campo de batalla de la opinión pública, con un entonces reciente repunte que había tenido lugar en 2009 y 2010.

El Gobierno sacó a relucir unos datos —nunca del todo aclarados— con que se sustentaba la idea de que Cataluña sufría un déficit fiscal fruto del desequilibrio entre la recaudación y las inversiones que hacía el Estado central en la región, y que ésta era la fuente principal del problema. Se inició una campaña para recuperar una deuda que España había contraído con Cataluña y se configuró la agenda político-mediática de manera que este tema acaparara las páginas de los principales medios informativos catalanes. De esta manera la crisis internacional quedaba en segundo plano, y en Cataluña se empezaba a definir el problema económico en términos nacionales.

Cada vez que se anunciaban nuevos recortes, *CiU* mencionaba el expolio que sufría Cataluña, dirigiendo la atención y el enfado de la población hacia España. Y así se perfiló la dudosa solución al problema económico de Cataluña: primero la soberanía fiscal; después, la independencia. Del mismo modo se condujo la responsabilidad moral de la crisis hacia España, mientras que el neoliberalismo eludía su responsabilidad ubicándose estratégicamente en una esquina del cuadro.

El marco delimita lo relevante y subraya aquellos aspectos de lo acontecido que resultan más significativos en el contexto en que son presentados. Es el marco lo que define qué viene a cuento en cada ocasión y los elementos que hay que tener en cuenta. Y a este efecto, se suma el hecho comprobado de que cuando una persona no es experta en el campo que aborda, tiende a tomar decisiones y posturas centrándose sobretodo en la información disponible y fácil de evaluar (MARKMAN y MOREAU, 2001: 381-382), algo que al enmarcar el acontecimiento ya ha podido ser perfectamente planificado.

4.2.1.2 La clave de interpretación

El segundo efecto de selección que referimos tiene un íntimo vínculo con el primero. Erving Goffman, quien dio este uso al término, se refiere a la ‘clave’ como el “conjunto de convenciones mediante las que una actividad dada, dotada ya de sentido en términos de cierto marco de referencia primario, se transforma en algo pautado sobre esta actividad, pero considerado por los participantes como algo muy diferente” (1975: 46). El marco primario sería la comprensión, el enfoque, la perspectiva que aplicamos por defecto, que proviene tanto de nuestras disposiciones cognitivas como de las convenciones esenciales de una sociedad y que nos permite interpretar el mundo, aunque sólo en las ocasiones en que falla somos conscientes de él⁶⁰.

Se puede designar o cambiar la clave de interpretación de un acontecimiento o una acción mediante señales de inicio y final que el marco tiene que incluir para que los intérpretes se hagan conscientes de ello. El concepto de literalidad es muy problemático, pero entendiéndolo como el sentido que intersubjetivamente y en primera instancia suele darse a un acontecimiento, el cambio de clave sería un salto de la literalidad a otra esfera de sentido superpuesta. Decimos superpuesta porque la literalidad siempre está en la nueva esfera de sentido como referencia respecto a la cual se practica una distorsión. Aplicándolo a la experiencia cotidiana, Goffman cita las claves de juego, de humor, de fantasía, etcétera.

En el relato mediático también hay señales que indican en qué clave hay que interpretar los acontecimientos, normalmente ubicadas en episodios anteriores o paralelos que el medio decide incluir en el ciclo narrativo. Una de las claves más usadas es la clave irónica.

Si la política de la información en teoría obliga a dar cuenta de los acontecimientos y discursos políticos en curso, activar la clave irónica permite a un medio cumplir con esta obligación y a la vez hacer patente su desconfianza en las aseveraciones de los políticos sin que haya ocurrido nada que permita corroborar su falsedad y sin recurrir a artículos de comentario. El medio puede afirmar literalmente y añadir retranca por medio de la ironía.

El periódico *El País* siguió esta estrategia cuando tuvo que informar de los planes soberanistas que Mas empezó a trazar tras el estallido independentista de la manifestación de la Diada de 2012. De entrada, nada demostraba fehacientemente que esas declaraciones fueran una simple estrategia para conducir el descontento y ganar popularidad, y por tanto el periódico no se podía referir acontecimientos que permitieran desenmascarar la insinceridad de sus afirmaciones. Aún así, el periódico, que defiende una línea ideológica contraria al independentismo y supuestamente al neoliberalismo, se ocupó de acomodar bien el marco de los acontecimientos para activar la lectura irónica en el público:

⁶⁰ Goffman hace su caracterización de los marcos primarios y de los recursos que desplegamos para preservar su integridad en el primer capítulo de *Framing Analysis* (ibídem: 23-42).

“Aupado a la ola popular y sin perder de vista la posible convocatoria de una elecciones en 2013, [Mas] anunció que ha llegado el momento de dotar a Cataluña de ‘estructuras de Estado’ [...]. ‘El camino no da más de sí. España ya hizo su transición y ahora nos toca a nosotros’, dijo en una solemne declaración en la Galería Gótica del Palau de la Generalitat”⁶¹.

En el inicio del fragmento y en muchas otras noticias, El País remarcó reiteradamente la situación en que se encontraba Mas, sugiriendo que su recién estrenado discurso independentista podía ser una simple estrategia para ganar popularidad y poder. Esto no significaba que el medio fuese a dejar de hacer la crónica de las declaraciones del presidente. Pero el referente de un pasado lleno de pactos con el gobierno central y la constante repetición de los réditos políticos que Mas podría obtener con su nuevo enfoque, sumados a los recursos que los periodistas usaban para subrayar la grandilocuencia del presidente —que había hecho “una solemne declaración en la Galería Gótica del Palau de la Generalitat”—, caricaturizaban su figura y activaban una lectura irónica de sus palabras.

La “solemne declaración” no habría sido interpretada en clave irónica de no ser por los referentes de contextualización que El País incluía en su relato, por la relación que establecía entre el discurso del presidente y ciertos aspectos de su situación retórica, todos bien dispuestos dentro del marco del acontecimiento.

A nivel de interpretación, lo que se consigue enmarcando la noticia de una u otra forma es que los elementos que están en foco sean interpretados unos en función de otros. Se fomenta la interacción entre ellos y a la vez se inhibe el recurso a referentes que se encuentren fuera de campo. Y como venimos argumentando hasta ahora, cuando hablamos de relato, la comprensión, el juicio, y la acción resultante, están muy determinados por los referentes que tomamos en consideración.

4.2.2 TIPIFICACIÓN

En el primer capítulo de la investigación introducimos la cuestión de la tipificación en el relato periodístico. Lo hicimos a partir de las reflexiones de Albert Chillón, que escribió:

“Cada ‘hecho’ nuevo o inaudito es adscrito a un marco cognitivo ya dado, que le presta inteligibilidad al precio, eso sí, de *tipificarlo* en medida variable: esto es, de hacer comprensible lo singular poniéndolo en relación con una *configuración de contenido* conocida y suficientemente genérica. A su vez, al incorporar lo novedoso, tal configuración genérica adquiere una dosis adicional de legitimación” (1999: 55).

Como indica Chillón, la tipificación se da a distintos niveles. El primero consiste en configurar el acontecimiento de forma que pueda ser encuadrado dentro de los marcos primarios de la experiencia —en palabras de Goffman—, es decir, dentro del campo de lo verosímil. Esto implica normalmente seleccionar aquellos aspectos de los acontecimientos que corroboran nuestros prejuicios, creencias e ideologías, y marginar o eludir los que los

⁶¹ PIÑOL, Àngels (13 de septiembre de 2012), “Artur Mas se pone al frente de la reivindicación independentista” en *El País*.

contradirían. Goffman pone el ejemplo de un artículo del *New York Times* que venía a reforzar los cimientos de la verosimilitud tras un momento de duda:

“Un ama de casa rusa, que asombró al mundo hace siete años por su pretendida ‘visión digital’ [a través de la yemas de los dedos], ha sido acusada de impostora, según un periódico soviético. [...] Los cinco científicos que examinaron a la señora Rosa Kuleshova concluyeron que había estado mirando por unos agujeros del objeto que le cubría los ojos” (1975: 31-32).

Pero dentro del vasto campo de lo verosímil no solamente están los grandes prototipos de lo posible y lo imposible, sino que, como la investigación en varias disciplinas socio-humanísticas ha puesto de manifiesto, la tradición narrativa en todos sus géneros ha ido generando esquemas de organización de la experiencia a mayor o menor escala, que ofrecen estructuras genéricas de conocimiento aplicables a muy distintos acontecimientos, que sin embargo pueden ser comprendidos en base a los mismos principios gracias al mecanismo de transferencia. En el apartado dedicado a la identificación hablábamos de tópicos narrativos identitarios. Aquí usaremos la palabra ‘tópico’ para referirnos a todos estos esquemas interpretativos —o prototipos— que van desde las metáforas institucionalizadas hasta los géneros y subgéneros narrativos pasando por todo tipo de temas y motivos tanto universales como particulares, y casos que se han vuelto paradigmáticos.

Las dinámicas de la tipificación activan varios resortes cognitivos que hemos estudiado, como son las exigencias de la emocionalidad para captar la atención o el razonamiento analógico, pero también tienen un papel fundamental en ellas la ideología por un lado y las expectativas por otro. A continuación proponemos una aproximación a esta compleja problemática.

4.2.2.1 *El género*

Los géneros son instituciones; patrones más o menos fluctuantes de creación y recepción de discursos que una sociedad va codificando de acuerdo con sus usos e ideologías (cfr. TODOROV, 1987: 38-39) y que a nivel universal reflejan las principales preocupaciones y disposiciones emocionales del ser humano (HOGAN, 2009:193; 2011: 125-236). Como se ha encargado de mostrar la crítica genérica nacida en el campo de la crítica retórica y heredera de Mikhail Bakhtin, la estructuración del discurso en géneros no está restringida a al campo de la literatura, sino que también se generan prototipos narrativos —y no narrativos— en otros ámbitos y a distintos niveles.

De acuerdo con Bakhtin, a medida que se insitucionaliza un ámbito de la actividad humana, los usos del discurso se van organizando en tipos estables —los géneros— que combinan aspectos temáticos, estilísticos y estructurales (1979: 60-61). En este apartado ofrecemos una pincelada de distintos niveles en los que el género se usa persuasivamente en el relato periodístico.

En primer lugar, el relato periodístico se ordena de acuerdo con los géneros propios del campo. Mientras en otros campos el género tiene un importante componente temático, el

periodismo, de acuerdo con su objetivo de ofrecer un servicio a la sociedad, organiza su sistema genérico entorno a la función o finalidad del discurso. En palabras de Lorenzo Gomis, el género periodístico es

“una suma de artificios estéticos a disposición del autor ya inteligibles para el lector. El autor, cuando escoge un género u otro, escoge una manera, busca una eficacia determinada: quiere que su texto actúe de una manera o de otra sobre alguien que se encuentra en determinadas condiciones materiales y en determinadas disposiciones de espíritu” (1989: 93-94).

Y puesto que el sistema de géneros está rígidamente institucionalizado, el lector esperará ser informado con claridad y exactitud sobre un acontecimiento de interés a través de la noticia (ibídem: 116), que el reportaje le ofrezca una información enriquecida con imágenes vívidas del entorno y los protagonistas (ibídem: 163), y conocer la opinión bien articulada de un personaje de autoridad a través del artículo (ibídem: 181). Adoptando los términos de la estética de la recepción, se puede decir que el relato periodístico ofrece una clara ‘orientación previa’ al lector, que lo impulsa a trazar ‘horizontes de expectativas’ muy concretos y rígidos.

Los relatos periodísticos de la prensa son, en este sentido, altamente prototípicos y por tanto fomentan una transferencia de expectativas automática, hasta el punto de que seguimos considerando una noticia como esencialmente informativa aunque “esté cargada de opiniones o incluso que transmita esencialmente una opinión (por ejemplo las declaraciones de un presidente),” o aunque “una noticia aparezca sesgada porque favorece una opinión con respecto a otra” (ibídem: 115).

En este caso, el resorte que activa la transferencia no es la estructura temática sino la estructura formal. Como observa Gomis, “el estilo puramente informativo en que se escriben las noticias facilita la confianza con que el lector o el oyente las acoge” (ibídem: 116). El uso del género ofrece claves a menudo útiles para la interpretación del relato periodístico, pero en un contexto de lectura rápida —como suele ser la lectura del periódico— también puede propiciar que el lector se quede con esa impresión superficial y no la corrobore con el contenido del texto y por tanto:

- Dé por sentado que una noticia aporta todos los datos relevantes, que los presenta con la mayor claridad posible o que la información que maneja ha sido comprobada y contrastada.
- Pase por alto aspectos del discurso que contradicen lo que se espera de él, como por ejemplo tomando como información el contenido de un reportaje aunque básicamente incluya impresiones del periodista.
- Sienta que la función del relato ha sido realizada independientemente de que éste cumpliera realmente sus expectativas. En definitiva, que el lector se sienta informado sin estarlo.

Sin duda una estética de la recepción del texto periodístico o una ‘periodística de la recepción’, término que proponen Casasús y Ladevéze (1991: 65-75), puede iluminar mucho los posibles usos persuasivos del género.

En cuanto a las estructuras temáticas, también es habitual que el relato periodístico, además de participar de un género periodístico, adopte estructuras de género originadas en la literatura, el cine o la televisión. Al igual que los prototipos identitarios, los prototipos interpretativos se ven influidos por todas las representaciones culturales, incluso las de ficción. Así pues, no es extraño que un ciclo narrativo informativo adopte un estructura épica o dramática, por ejemplo. Esto no sólo implica la relación de los hechos conforme a un esquema preestablecido que inevitablemente ilumina unos aspectos oscureciendo otros, sino que estos esquemas además dan una tonalidad emocional al relato (HOGAN, 2011: 125; FRYE, 1957: 53-77; GENETTE, 1977: 230) de manera que, desde una perspectiva psicológica, hablamos por ejemplo del sentimiento épico o del trágico, que contribuyen a la persuasión a través del *pathos*.

Un ejemplo de este recurso lo encontramos en la trama generada por *La Vanguardia* entorno al auge del independentismo y la problemática subsiguiente entre Cataluña y España. *La Vanguardia* presenta la manifestación del 11-S como un hito de la refundación del pueblo catalán. En ella, el pueblo expresa en masa, y con ejemplar comportamiento, su voluntad, y transfiere el reto de realizarla a un presidente convertido en adalid de la democracia, la libertad y el *seny*, el valor más profundamente catalán.

El *epos*, según explican García Berrio y Huerta Calvo remitiéndose a Hegel, es la “forma simple en que se manifiesta la conciencia ingenua y primitiva de un pueblo” (1992: 170), y la epopeya podría ser su forma compleja: el “poema en el que se reflejen los intereses e ideales de una colectividad” (ibídem). Más adelante, la épica medieval añadió el matiz del “individuo en quien se depositan las virtudes heroicas de un pueblo o de una raza” (ibídem). Y según Robert McKee, la épica moderna es la que relata el enfrentamiento de una persona contra el estado opresor (1998: 109). Finalmente, Hogan concluye que el efecto del relato épico es “the reaffirmation of the authority of the national leadership, the divinely guaranteed power of the nation, the inferiority of the national enemy, and the control of the national land” (2009: 194)⁶². Valores como la libertad y la justicia recorren la épica, y los sentimientos de admiración del héroe, la identificación con él y el orgullo nacional configuran su cariz emocional.

Todos estos componentes los encontramos en la narración de *La Vanguardia*, que se dibuja partir de ciertos motivos recurrentes que hallamos en 49 piezas analizadas —28 de narración y 21 de comentario— correspondientes a los seis días posteriores a la manifestación (del 11 al 16 de septiembre). En esta tabla listamos los principales motivos e indicamos el número de veces que aparecieron en los artículos analizados:

⁶² Las aportaciones hechas a la taxonomía de los géneros son infinitas y nunca exhaustivas. Aquí consideramos conveniente manejar aquellas que permitan caracterizar mejor el caso a estudiar.

Motivo	Narr.	Com.	Total
Intento de represión del independentismo por parte del Gobierno central	9	3	12
Caracterización del Gobierno central como opresor político y económico	3	10	13
Magnitud de la manifestación y del independentismo	7	4	11
Elogio del comportamiento de los manifestantes	1	4	5
Manifestación como acto de afirmación nacional	2	-	2
Elogio explícito del sentimiento catalanista/independentista	-	2	2
Manifestación como reclamo de libertad	1	1	2
Artur Mas se hace cargo del reclamo del pueblo	11	3	14
Crítica o desconfianza ante la postura de Mas	-	3	3
Elogio de las maneras de Mas	1	2	3

La configuración épica del relato completa la estrategia que describimos en el apartado anterior, consistente en centrar la atención y la emoción en el problema económico entre Cataluña y España. A través de la perspectiva épica, Cataluña aparece como un pueblo oprimido por España. La reacción emocional a esta situación, claro está, es identificarse con la patria y con su héroe —independientemente de clase o ideología— y centrar los esfuerzos en librarse del enemigo.

Vemos también que un u otro género, o un u otro marco pueden potenciar la identificación a través de una categoría identitaria u otra. La épica llama a la identificación nacional por encima, por ejemplo, de la de clase, que parecería lógica en este contexto económico y seguramente sería más fructífera para quienes sufren la pobreza. Además, es inherente a la épica un juicio que, como dice Hogan, enaltece a la nación protagonista y rebaja a la opresora. Con todo, podemos concluir que el género tiene una patente dimensión ideológica⁶³.

4.2.2.2 Argumentos, motivos e intertextualidad

De la misma manera que la ficción, el relato periodístico va generando configuraciones argumentales más concretas que el género; prototipos más restringidos y determinados. Ocurre con la identidad y ocurre con situaciones, acontecimientos o acciones. Algunos de estos prototipos son compartidos por todos los géneros narrativos, otros son propios de un género concreto, por ejemplo el periodístico, y otros se generan y funcionan solamente dentro de una determinada comunidad. Podemos hablar de tópicos universales y tópicos particulares.

En el apartado dedicado a la analogía, cuando hablábamos de la historia de Julian Assange, pusimos un ejemplo claro del uso de argumentos convencionalizados por la ficción en el ámbito del periodismo (vid. supra, p. 53). También hay otros que provienen de la

⁶³ Aunque no lo hemos citado de forma explícita, nos hemos inspirado ampliamente en la propuesta teórica que elaboró Hayden White en *Metahistoria*. A través del análisis de varias obras historiográficas, el autor identificaba en el relato histórica la estructura subyacente de varios géneros literarios universales y establecía una relación entre el uso de dicho género y la ideología que expresaba. Explicita los entresijos de su método en la introducción de la obra (1973: 13-50).

historia y son más locales, como por ejemplo el argumento del totalitarismo, con el que se generan tantas analogías en los medios occidentales hoy en día. Este argumento a su vez se podría encuadrar en el esquema arquetípico del enfrentamiento entre el bien y el mal, o en el del enfrentamiento entre la víctima débil y el villano poderoso. De acuerdo con Cesar Segre, usamos estos esquemas porque nos aportan claves para la interpretación:

“Si la humanidad confiere a personajes, situaciones y vicisitudes el valor de temas más o menos ‘universales’, es porque en ellos distingue estereotipos sobre cuya base tiende a interpretar, en su experiencia cotidiana, personajes, situaciones y vicisitudes. Los temas no son sólo sublimaciones, sino también modelos heurísticos” (1985: 364).

Ahora, sin embargo, queremos centrarnos en los argumentos particulares, que a menudo tienen su origen en los medios, siempre en un momento y unas circunstancias particulares dentro de una sociedad concreta. Ernest Bormann fue quien introdujo el análisis de los argumentos particulares en la crítica retórica. Basándose en un estudio de Robert Bales acerca del proceso de toma de decisiones en grupos pequeños, señaló que dentro de estos grupos, que tanto pueden ser los alumnos de una clase como la hinchada de un equipo de fútbol o un país entero, a veces surgen espontánea o calculadamente relatos dramatizados que representan la situación, las inquietudes, los problemas del conjunto de una forma especialmente atractiva. Estos relatos tienen pegada cuando dan salida emocional a una inquietud compartida en base a circunstancias compartidas, y tienen la capacidad de transportar a sus creyentes a un mundo poblado por héroes, villanos, santos y demonios, donde sus problemas son afrontados y resueltos (cfr. 1972: 396-398).

Si estos relatos cuajan, es habitual que se caractericen personajes y se creen tramas y subtramas bajo su amparo, todo ello formando un trasfondo de conocimiento compartido en relación el cual todos los participantes reaccionarán emocionalmente. El relato puede llegar a penetrar hasta el punto de que deje de ser necesario seguir relatándolo y baste con citar su título para desencadenar las emociones vinculadas a él. Entonces podemos decir que se ha formado lo que Bormann llama *‘fantasy theme’* —tema fantástico—, y a partir de ese momento es difícil que nadie lo ponga en duda por que ha fraguado en el sentido común de toda una comunidad como verdad incontestable. La fantasía ha sido reificada.

El tema fantástico por excelencia de la trama que venimos comentando lleva por título *‘Expolio fiscal’*. Incluye un enfrentamiento entre los oprimidos catalanes y los poderosos villanos españoles que solamente pueden ser vencidos mediante la unión del virtuoso pueblo alrededor del líder que se ha hecho cargo del clamor popular contra la injusticia sufrida. Esta construcción, aunque basada en datos que nunca se han llegado a clarificar en los medios, ha cuajado porque da salida a la angustia de una comunidad por la estrechez económica a la que se ve abocada, reavivando un conflicto, el nacional, que como dijimos, aún tenía las brasas encendidas después del último enfrentamiento. Aunque realmente exista un déficit fiscal, lo que hace del ‘expolio’ un tema fantástico es su planteamiento histriónico.

Sabemos que un tema fantástico ha prendido cuando toda una comunidad se apropia de él. En el relato mediático esto se hace evidente porque el término empieza a repetirse y deja de estar entrecomillado y atribuido a la persona que lo usó en primera instancia, para integrarse en el discurso del periodista o el articulista como denominación de una realidad. En el caso que nos ocupa, puede decirse que el ‘expolio fiscal’ se convirtió en tema fantástico cuando el término dejó de ser atribuido a Mas. Se trata de un proceso parecido al que identificó Adam Hodges en su investigación acerca de la narrativa de la ‘guerra contra el terror’ de Bush (2011).

El proceso de solidificación del tema fantástico que hemos esbozado es el que Hodges estudió en profundidad en esta investigación. El proceso comenzaba con la ideación por parte del orador de una expresión llamativa y pegadiza, continuaba con la adopción del término por parte de un grupo mediático —en este caso el ejecutivo de Bush—, que lo utilizaba sistemáticamente en sus discursos provocando el consiguiente revoloteo informativo de citas y recitas, y finalmente terminaba con la normalización del término y la reificación de toda la trama. Observa Hodges que este proceso se basa en las relaciones intertextuales que se establecen entre los relatos políticos y mediáticos, entre los relatos mediáticos mismos y después entre éstos y el discurso que adoptan los ciudadanos en sus explicaciones y sus debates. El conjunto de estas relaciones forma una ‘cadena de autenticación’ que aporta legitimidad a la visión fantástica cada vez que es nombrada (ibídem: 84-99).

Los temas fantásticos constituyen modelos heurísticos restringidos a una realidad concreta vivida por un determinado grupo de personas que se encuentran en una situación similar. Normalmente ofrecen relatos atractivos y esperanzadores que, en un mismo movimiento, interpretan la realidad y delinean soluciones radicales a las angustias que ésta genera. A partir de aquí, las acciones que se presenten como pasos hacia esas soluciones tendrán prácticamente asegurado el asentimiento de una amplia mayoría.

4.3 EXPLICACIÓN

Como dijimos más arriba, la narración está íntimamente vinculada a la explicación. De hecho no hay narración en la que no sean identificados los motivos y las causas de algún acontecimiento, y que a su término no responda los principales porqués de la trama. Tanto es así que cuando una narración juega a dejar “preguntas abiertas”, los lectores nos vemos impelidos a “completar” la historia haciendo acopio de indicios, referentes e imaginación para conseguir responderlas.

Para finalizar nuestra investigación sobre la persuasión en las operaciones de conocimiento, en este apartado estudiaremos dos aspectos que contribuyen especialmente a elaboración de la explicación narrativa: son el encadenamiento causal de acontecimientos y la

interrupción de dicha cadena en un inicio y un final. Así como la interpretación nos permitía esencialmente comprender los acontecimientos, veremos que la explicación permite, además, aprender y controlar su dinámica de cara a reproducirlos, evitarlos o controlarlos en el futuro.

4.3.1 LA CAUSALIDAD

Somos del parecer de que la causalidad es una estructura propia de lo real que el relato reproduce. Pero no hay que pensar en la causalidad narrativa como el fruto de una imparcial y profunda investigación de los complejos de causas, concausas, motivos y razones que se despliegan y se encadenan en el acontecer social. Antes bien, la causalidad narrativa está sujeta a una serie de convenciones propias y regida en buena medida por la emocionalidad. En palabras de Hogan: “The posing of a singular origin for grand events, the organization of causality by reference to blame (or praise), the intertwining of explanation and emotional reponse —these are not simply curious features. They are narrative features. [...] Causality in the real world does not involve such components at all” (2009: 173). El interés que el periodismo siempre ha mostrado por las “buenas historias” nos hace pensar que su cobertura de la realidad no estará tan comprometida con el análisis causal exhaustivo de la realidad como con la causalidad narrativa, y por esta razón hemos de observar sus dinámicas.

4.3.1.1 *La perspectiva dramata*

En *A grammar of motives*, Kenneth Burke hizo una propuesta de análisis de la representación discursiva de los acontecimientos sociales que debía servir para rastrear las cadenas de motivaciones que se les atribuía (BURKE, 1968: 135). Esta propuesta está en línea con el proyecto dramata del autor. Se basa en la teoría de la acción dramática y gira entorno a lo que Burke consideraba los cinco componentes básicos de una situación: acción, escena, agente, medio y propósito. Por supuesto, esta péntada está sujeta a ligeras variaciones dependiendo la ocasión. Por ejemplo el agente se puede subdividir en agente, su cómplice co-agente y su oponente, el contra-agente. O bien se pueden considerar como agentes no sólo seres animados, sino también estados emocionales capaces de desencadenar y guiar una acción: el amor, la ira, el miedo, etcétera (ibídem:143). En cualquier caso, la sencillez del sistema lo hace muy atractivo para el análisis, y al estar basado en la poética aristotélica de la misma manera que tópica ciceroniana que inspiró los grandes tópicos periodísticos, se puede aplicar sin problema al relato de prensa, tanto a su análisis como a su creación.

El método consiste en establecer ratios de par en par entre los elementos de la péntada, y ver en cada relación cuál es el elemento dominante, cual de ellos determina al otro. Por ejemplo, sobre la ratio acción-agente Burke dice: “The agent do not ‘contain’ the act, but though its results might be said to ‘pre-exist virtually’ within him. And act does not ‘synecdochically share’ in the agent, though certain ways of acting may be said to introduce corresponding moods or traits of character” (BURKE, 1969: 152-153), es necesario ver

entonces a cuál de los dos elementos da más importancia el relato. Por ejemplo el principio bíblico “por sus actos los conoceréis” deduce las cualidades del agente de sus actos, sitúa la causa de las cualidades del agente en sus actos. En cambio, los relatos patrióticos suelen ensalzar las cualidades inherentes a un pueblo, gracias a las cuales evoluciona y a pesar de las cuales, eventualmente, debe retroceder.

Pilar Rahola nos obsequió con un buen ejemplo de relato patriótico en clave anafórico dos días después de la manifestación que venimos estudiando. En él subrayaba con orgullo las virtudes del pueblo catalán:

“Orgull perquè som un país tan castigat i tan autoodiad que val la pena subratllar algunes virtuts que ens adornen com a poble. [...] Orgull d'aquest tremp, d'aquest caràcter pacífic, d'aquesta voluntat de ser sense violentar, d'aquest civisme. [...] Orgull també de la paciència com a poble, de la voluntat d'haver fet les coses correctament, lluitant per les llibertats de tots durant la dictadura, rebaixant expectatives a favor de la democràcia⁶⁴”, etcétera, etcétera.

Mediante la aplicación de las ratios podemos ir estableciendo las relaciones de determinación entre los elementos que componen un acontecimiento, reconstruir su cadena motivacional. ¿Por qué es Cataluña un pueblo tan castigado y autoodiado? No es a causa de sus características, porque posee unas virtudes inherentes que son dignas de orgullo. Eso significa que la causa de los castigos que sufre Cataluña habrá que buscarla fuera de sí, en el entorno. ¿Serán las circunstancias? ¿Será un antagonista?

Lo que está claro es que hasta el momento se han perdido “forces, energies, paraules i temps en intentar negociar amb un Estat que només ens utilitza com a mamella, però que ni ens dóna oxigen, ni ens té respecte”. A esto hay que preguntarse: ¿Por qué se somete Cataluña a un trato tan ruin? Ah, como decíamos, es “en favor de la democracia”, es decir, por un propósito superior, con valor en sí. En la ratio propósito-acción, pues, prima el propósito. Por otro lado, veamos: ¿Por qué actúa España de esta forma tan deplorable? Silencio. El artículo no atribuye una causa al comportamiento deplorable de España; es un comportamiento que no se deriva necesariamente de nada. Así pues, se deduce que España ha decidido libremente aprovecharse de Cataluña. En la ratio antagonista-acción, quien prima es el antagonista.

4.3.1.2 Causalidad y moral

Como observaba Hogan, la causalidad narrativa se construye en referencia a un elemento al que responsabilizar de lo ocurrido, ya sea para culparlo o para alabarlo. Y aunque a veces esta atribución no es del todo explícita y puede pasar por alto en una lectura distraída, sí se asimila inconscientemente. El elemento responsable es aquél que no responde a una causa mayor, sino que actúa libremente, y puede reconocerse porque tiene un estatus de causa incausada dentro del relato. Cuando esta causa incausada es una persona o un colectivo, entonces el juicio moral cae sobre ella implacablemente, pues la exigencia de

⁶⁴ RAHOLA, Pilar (13 de septiembre de 2012), “Orgull” en *La Vanguardia*.

responsabilidades morales se aplica sobretodo a quienes actúan libremente, especialmente si lo hacen con deliberación⁶⁵.

En este caso que hemos estudiado, los detonantes de la cadena de motivos que ha llevado a la situación de abuso descrita son la democracia como propósito —que en nuestra cultura es un valor de peso, un fin en sí— y los actos de España, un antagonista que, libre y deliberadamente, ha abusado de Cataluña durante décadas. Por tanto, la responsabilidad hay que exigírsela a España, causante culpable de la carestía que viven en este momento los Catalanes.

Hay que subrayar que el juicio moral no se activa a no ser que haya algún tipo de provocación, una sensación de anomalía (HOGAN, 2009: 171). Si la carestía de los catalanes no hubiera sido ubicado en la cadena causal como algo extraordinario que era necesario explicar —y ahora no nos ceñimos al artículo de Rahola sino que nos referimos al relato que se ha generado en la opinión pública—, como por ejemplo ocurre con la carestía de las personas sin hogar, que raramente origina una historia, la habríamos integrado en la rutina y nadie habría buscado culpables. La consideraríamos moralmente normal. Alguien podría tratar de remediarla, pero no por la obligación moral del culpable sino más bien por benevolencia o caridad.

Pero además de la sensación de anomalía, la inculpación necesita de la designación de un único responsable —o un grupo único de responsables— de la situación. En este sentido la simplificación del complejo causal y la determinación de una causa primera están condicionadas por las dinámicas de la moral. Un análisis exhaustivo e ininterrumpido de las relaciones de causalidad que se remontara al origen absoluto de situación, además de hacerla inabarcable, podría llegar a colapsar el juicio.

4.3.1.3 Causalidad e ideología

⁶⁵ Nos remitimos a la reflexión de Perelman y Olbrechts-Tyteca sobre la interacción entre el acto y la persona y el lugar central que tiene la intencionalidad en ella. “La moral y el derecho necesitan de las nociones de *persona* y de *acto* en su enlace e independencia relativa. La moral y el derecho juzgan a la vez el acto y el agente. [...] Mientras que las nociones de responsabilidad, mérito y culpabilidad son relativas a la persona, las de norma, regla, se preocupan sobretodo del acto. No obstante, esta disociación del acto y la persona siempre es parcial y precaria. Se podría concebir el mérito de una persona independientemente de sus actos, pero sólo sería posible dentro de una metafísica en la que el contexto proporcionaría la referencia de los actos. [...] La intervención de la persona, como contexto que sirve para la interpretación del acto, se realiza a menudo mediante la noción de intención, la cual tiene por función, a la vez, expresar y justificar la reacción del agente sobre el acto. [...] La intención esta, en efecto, vinculada al agente, es su emanación, resulta de su voluntad, de lo que lo caracteriza íntimamente. [...] Toda argumentación moral basada en la intención es una moral del agente, que se opone a una moral del acto, mucho más formalista. [...] Esta técnica de interpretación por la intención, permitirá juzgar al agente y no sólo a tal o cual obra suya. Las dos formas de juzgar, la que se ajusta a un criterio formal y la que lo rebasa, pueden dar lugar a juicios opuestos” (1958: 455-465). Éste es un debate difícil, pero podemos verlo ilustrado en la justicia, que generalmente establece el vínculo entre persona y acción puesto que juzga a la primera en función de la segunda, pero a la vez reconoce la involuntariedad como un atenuante crucial, un factor que puede llegar a romper dicho vínculo.

Hemos visto cómo la elección de los elementos de la historia y su concatenación causal responden a la necesidad moral y al interés de atribuir responsabilidades, culpas y méritos. Ahora veremos que la causalidad también se ve afectada por la ideología.

La tradición de la crítica retórica, que ha aplicado reiteradamente el análisis pentádico, ha ido derivando unos patrones que vinculan la predominancia de un elemento u otro en el relato a la influencia de ciertos principios ideológicos. Resumimos aquí la exposición que hace de ellos Andrew King (2009: 169-171):

- **Acto.** El relato basado en los hechos tiene en general un carácter positivista. Se usa esta estrategia para respaldar una visión de los acontecimientos basándola en la realidad patente, en los hechos “puros y duros”. Actualmente este tipo de discurso genera mucha confianza y además puede resultar muy atractivo porque apela al gusto natural del ser humano por la acción y lo palpable; también por el conflicto.
- **Escena.** Los textos que enfatizan el poder del contexto o la capacidad coercitiva de las circunstancias entran dentro del determinismo. Es el discurso de quienes consideran que las circunstancias son más determinantes para nuestro comportamiento que los códigos morales recibidos, por ejemplo que un contexto de pobreza y exclusión engendra violencia.
- **Agente.** Los relatos que enfatizan las cualidades del agente, como el que acabamos de ver, tienden a un cierto idealismo. Achacan virtudes o efectos a la esencia de la persona. Los relatos heroicos y patrióticos entran dentro de esta categoría, lo hacen también los valores individualistas y la lucha entre el bien y el mal en cualquiera de sus formas. También lo hacen los relatos opuestos al determinismo, que sostienen, por ejemplo, que quién es pobre, lo es debido a su vagancia o deficiencia.
- **Medio.** El relato del medio es el relato del pragmatismo. Los relatos que ensalzan el valor del sistema, por ejemplo los de la tecnocracia. Son los relatos que sitúan el centro de los acontecimientos en su resultado, especialmente en su resultado material. Llevado al extremo, el relato centrado en el medio es el que anima la filosofía del “*know how*”.
- **Propósito.** El relato del propósito es aquél que hace girar la acción entorno a sus objetivos, metas, valores finales. Es el discurso de la moral, el del sacrificio en pro de fines mayores, en general es el discurso de la transcendencia.

A estas alturas está claro que la causalidad narrativa tiene sus propias dinámicas, muy distintas de las de la causalidad natural o social, y que además se prestan perfectamente para la persuasión y la manipulación estratégicas. Los sesgos moral e ideológico que hemos estudiado contribuyen palmariamente a ello, pero no se entiende del todo este poder sin analizar su dimensión emocional.

4.3.1.4 Causalidad y emoción

En el apartado dedicado a las dinámicas de la persuasión narrativa, hablamos de la importancia de despertar interés para que una historia sea influyente. La detección de una anomalía puede despertar un primer “¿por qué?”, pero después de eso casi siempre dependemos de una inquietud emocional para sostener e intensificar el interés y terminar buscando o creando una historia que responda a esa pregunta. Y de la misma manera que el interés está motivado emocionalmente, la emoción también guía algunos de los aspectos de la configuración causal de la trama.

Hogan describe algunos rasgos del sistema emocional estudiados por las ciencias cognitivas que pueden incidir en la configuración causal. Cita una conclusión de la obra de Nico Frijda *The emotion* que dice: “One knows, generally, that one has an emotion; one does not always know why, and what exactly makes one have it; and if one does know, it is a construction, a hypothesis, like those one makes about the emotions of someone else” (HOGAN, 2009: 174). Esto significa que podemos equivocarnos o dejarnos manipular en nuestras atribuciones causales con relativa facilidad. Hogan identifica dos factores esenciales que nos condicionan en este sentido.

El primero es que tenemos una sensibilidad innata hacia determinados elementos de nuestro entorno (ibídem: 175). En un nivel atávico están ciertos sonidos, ciertas relaciones espaciales, comportamientos, etcétera, que nos ponen alerta o nos sirven como referente. Y en una dimensión más humana también somos especialmente sensibles a personas y grupos significativos; por ejemplo a nuestra pareja, nuestro hijo, nuestra jefa, a un enemigo declarado, a un colectivo por el que sentimos especial rechazo, a grupos estigmatizados, etcétera. Estos elementos capturan especialmente nuestra atención, de manera que ante un estado emocional dado, hay muchas posibilidades de que terminemos tomándolos a ellos como su causa, o de que nos dejemos persuadir por un relato que lo haga. Buen ejemplo de ello es la persistencia del tema fantástico del ‘expolio fiscal’ que también se ve reflejado en el artículo de Rahola y que hace mella en la ya degradada y prejuiciosa relación que existe entre Cataluña y España.

Aunque el elemento al que responsabilizamos de nuestro malestar tenga solamente parte o incluso ninguna relación con nuestra frustración, incluso aunque nuestra racionalidad nos susurre que quizás nos estamos equivocando, es fácil que la atribución persista y que nos las ingeniemos para darle algún tipo de justificación. En el caso que estamos estudiando, se ha hablado mucho acerca del independentismo de corazón, de origen emocional, especialmente en los periódicos que le son contrarios. Éstos sostienen que el rechazo hacia España es en parte una forma de canalizar la angustia causada por la crisis⁶⁶, y aunque por supuesto este discurso responde a una estrategia determinada, consideramos que tiene en este aspecto tiene

⁶⁶ Ver por ejemplo el reportaje de *El País* “Independentismo de Corazón y de conveniencia” (PÉREZ OLIVA, Milagros, 16 de setembre de 2012). En él se subraya el malestar provocado por la crisis como una de las causas centrales, junto con el recorte del Estatuto de Autonomía que sufrió Cataluña en 2010, de la crecida del sentimiento independentista, que ha canalizado el malestar de la población.

fundamento. También podemos encontrar artículos favorables a la independencia donde se aprecia este estira y afloja entre la atribución emocional y el juicio racional. A continuación presentamos un fragmento que sirve como ejemplo de ello⁶⁷:

“Espanya no ha canviat d’actitud durant els anys de crisi. Quan torni la bonança es repetirà punt per punt el pla que ha dut aquesta hecatombe que tants bons resultats dona a la casta dirigent. Però és que, a dia d’avui [a Madrid], segueixo veient treballadors (muntador d’aire condicionat, en aquest cas) entrant a La Caixa i portant 6.000 euros en bitllets per ingressar al seu compte. Segueixo veient cambrers que no et porten el ticket, et fan un gargot a mà i així no passa per caixa. Oh amics, encara cobrant en negre? Que burros els que paguen impostos, oi? *A Catalunya també passa, és clar, però diria que no és la norma.* Aquí no hi veig solució. És més llest el que millor escaqueja (caram, un tòpic empíric) i aquesta xacra que és la corrupció impregna des de les castes dirigents a gran part del ciutadà de base. *A Catalunya també passa és cert... però és més fàcil fer net a la casa pròpia que a la dels altres.* Només per això ja val la pena fotre el camp com abans millor.”

Explicaciones que se han dado a esta persistencia de la atribución emocional apuntan a un fenómeno de adaptación evolutiva que habría hecho primar la respuesta emocional, instintiva, ante la deliberación racional en situaciones extremas (ibídem 176). Mientras el análisis lógico suele barajar distintas posibilidades, la atribución emocional se centra en una sola y ofrece pautas definidas de acción al respecto. Al parecer la debilidad de la capacidad racional para inhibir la atribución emocional se ve agravada cuando no hay motivos emocionales que la apoyen, por ejemplo cuando no sentimos ninguna familiaridad hacia el objeto de dicha atribución. Y en cualquier caso, muchas veces necesita de una causa sustituta en la cual proyectar la emoción. De ahí, por ejemplo, que una de las prácticas habituales en el ámbito político consista en echarse culpas los unos a los otros.

El segundo factor que condiciona la atribución causal es la memoria emocional. Hogan se refiere a un estudio que pone de manifiesto que cuando nos domina un estado emocional, nuestra memoria tiende a recuperar por analogía otras situaciones en las que nos sentimos de una forma parecida. Y en estos casos en los que la comparación se activa, si hay un elemento común a todas, tiene todos los números para que lo consideremos su causa (ibídem: 176).

Algunas de las dinámicas que Hogan relaciona con la emocionalidad se corresponden con tópicos y falacias que la retórica argumentativa identificó hace tiempo, en este caso, por ejemplo, la célebre *cum hoc, ergo propter hoc* (BORDES, 2011: 280-281). El hecho de hallar estos principios también en la ordenación narrativa nos hace pensar que muchos de los avances hechos por la lógica informal deberían poder aplicarse a la retórica de la narración. Aunque sea a su particular manera, el sentido narrativo depende de su compromiso con la lógica causal y cronológica, que también rigen la argumentación. Se abre, pues, una vía de

⁶⁷ MATA, Toni (consultado el 8 de junio de 2013), “Mala fama al lloc de vacances” en *SomAtents* [en línea] <<http://www.somatents.com/mala-fama-al-lloc-de-vacances/>>. Añadimos cursivas a la voz de la razón y negrilla a la justificación improvisada.

investigación sobre las relaciones entre las retóricas narrativa y argumentativa que dejamos abierta para otra ocasión.

4.3.2 INICIO Y FINAL

El inicio y el final son quizás los rasgos más artificiales de la narración. Hay pocos inicios y finales tan definitivos en la realidad como los que creamos con el relato, y sin embargo inicio y final son categorías esenciales de la configuración del sentido narrativo. Esta incongruencia señala un último punto donde la narración impone su idiosincrasia sobre la realidad que narra, y por tanto un último punto de interés para nuestra investigación.

Cuando definimos los rasgos de la historia prototípica incluimos referencias al inicio y al final que tenían que ver con la emoción (vid. supra, p 26). Dijimos que habitualmente las historias empiezan cuando hallamos algo inesperado o sorprendente que nos hace preguntar “¿por qué?”, y que se desarrollan alentadas por esa curiosidad, que tiene mucho de emocional. Asimismo, dijimos que los finales consistían en la resolución de la anomalía en que se centraba la historia o bien en su aceptación dentro de una nueva estabilidad. Entonces se extinguía la curiosidad y el público dejaba de exigir explicaciones. En palabras de Hogan: “The chains of events requiring explanation arise out of normalcy or routine and fade back into normalcy or routine when particular conditions are no longer exceptional” (2011: 64). Así pues, antes y después de la narración se halla lo normal, lo rutinario, lo intelectualmente apromblemático, lo moralmente aceptable, lo emocionalmente monótono.

También mencionamos que la normalidad es una institución que se refuerza y legitima cada vez que nos vemos impelidos a explicar lo que aparentemente no se adecuaba a ella. Sin embargo no desarrollamos suficientemente esta cuestión, que es la que nos ocupará en este último apartado. En adelante estudiaremos la relación entre los inicios, los finales y la normalidad, y sobretodo nos centraremos en el potencial persuasivo que tiene dicha relación.

La normalidad tiene distintas dimensiones que se reflejan en nuestra manera de comprender la realidad y de actuar en ella. Desde un punto de vista intelectual, lo normal es lo verosímil, lo que entra dentro de nuestras expectativas. Desde un punto de vista moral, lo normal es lo aceptable, lo que no subvierte ninguna norma fundamental. Y desde un punto de vista práctico, lo normal es la rutina. La normalidad emocional se ve afectada por cualquier anomalía en estas tres dimensiones, y de ahí nacen buena parte de las historias periodísticas.

A continuación profundizaremos en la dimensión intelectual y moral de la normalidad y la anomalía dentro del relato periodístico. Consideramos que las historias sobre cambios en la rutina pueden entenderse y explicarse a través de las otras dos dimensiones, pues normalmente su interés tiene que ver con su relación respecto a nuestra imagen de la realidad o respecto a su consideración moral.

Pero antes de continuar queremos hacer un apunte. Como ha puesto de manifiesto la narratología, los relatos tienen dos tipos diferentes de orígenes y finales, los de la trama y los

de la fábula. Aunque ambos tienen potencial persuasivo, en esta ocasión nos centraremos en la dimensión puramente inventiva del relato y por tanto en la fábula. En otras palabras, estudiaremos la relación el inicio y el final del acontecimiento relatado, independientemente de cómo se disponga su exposición narrativa.

4.3.2.1 Inicio, final y normalidad intelectual

Mucho ha sido dicho sobre la verosimilitud y por tanto no deseamos profundizar en sus entresijos. Más bien queremos ver qué papel juega en la narración. Volviendo a la cuestión de lo inesperado y lo sorprendente, Patrick Hogan sostiene que en la narración se opera “the reduction of the unusual to the normal, the surprising to the expected. [...] We feel that we have received an explanation when such phenomena are reduced to patterns we routinely accept” (2011: 63-64). Es decir que al final del relato vemos ese acontecimiento que nos parecía extraño guarda coherencia con los patrones que consideramos normales. Como ocurría con el ejemplo de la vidente rusa, que al final resultó ser una impostora.

Pero la mejor explicación narrativa, sigue Hogan, además de mostrarnos que aquello que nos sorprendió tanto era en realidad previsible dadas las circunstancias, “allows us to control that occurrence, or occurrences like it in the future” (ibídem). Si comprendemos por qué razones o de acuerdo con qué principios se dio una situación en un contexto determinado, entonces sentiremos que podemos reproducirla o bien evitarla en otros contextos similares. Esta situación se convierte en un referente para la toma de decisiones futuras.

Por otro lado, cuando una situación que despertaba sorpresa, alarma, incompreensión, indignación, etcétera, queda normalizada por la vía explicativa, estas emociones son atajadas, la atención se desprende de ella y uno ya no se siente impelido a actuar para corregirla. Una buena manera de inhibir la acción contra una situación anómala es explicarla.

Sea cual sea el objetivo retórica de la historia, es muy habitual que se configure toda su trama en arreglo a un final en que aquello que queremos normalizar parezca normal desde el principio. Las estrategias son varias. Ervin Goffman identificaba unos cuantos recursos que tenemos para incluir en nuestros marcos de referencia acontecimientos que parecen salirse de ellos. Cita la consideración de un acto como una “hazaña” o una “proeza”, toda la casuística de los “fallos”, la de lo “fortuito” o “accidental” y por último las “bromas” (1975: 32-40). Y finalmente está el recurso estrella de sacar a relucir información que antes faltaba, datos relevantes que habían yacido ocultos hasta el momento y que cambian todo el sentido del acontecimiento.

Y una vez alcanzado ese final en que se revela la normalidad del acontecimiento, entonces puede ser que el relato, como dice Hogan, sienta precedente. Así pues, sin atentar contra ningún principio básico, el relato puede ensanchar el rango de lo normal, ir modificándolo imperceptiblemente, de manera que, siguiendo la círculo mimético de Ricoeur,

la estabilidad recuperada gracias a la narración es distinta de aquella sobre la que se erigió el origen de la historia. Así avanza la experiencia, así se legitiman nuevas realidades.

4.3.2.2 Inicio, final y juicio moral

Estudiando la causalidad, vimos que en el terreno moral, las personas, sus actos y las consecuencias de estos, están íntimamente vinculados en lo que al juicio se refiere. En general se considera que el máximo responsable de una situación o acontecimiento es la persona que realiza el primer acto libre, consciente y deliberado que la desencadena. En los relatos de componente moral, es habitual que el inicio se ubique en dicho acto, y partiendo de esta punto se articule toda la cadena causal hasta sus últimas consecuencias.

Hay una gran cantidad de tópicos que regulan la relación entre estos elementos. Los hay que centran el juicio en el acto en sí, independientemente de la intención que lo animara, como por ejemplo “cada uno debe responsabilizarse de sus actos”; los hay que promueven el juicio del acontecimiento en base a sus consecuencias, como “el fin justifica los medios” o “bien está lo que bien acaba”, y los hay que remiten su juicio a la intención, como “la intención es lo que cuenta”. El discurso narrativo no admite sin chirriar enunciados de principio como estos, pero sí puede encarnarlos en el desarrollo de la historia. Y es de esperar que las personas que aceptan la validez de estos tópicos también se dejen persuadir por los relatos correspondientes: los que tratan sobre la responsabilidad de las personas sobre sus actos y sus consecuencias, los que con un buen giro final muestren como bueno algo que inicialmente parecía inaceptable, los que excitan la compasión hacia personas que causaron grandes males sin ser conscientes de ello o en contra de su voluntad, etcétera.

Pero una anomalía moral no se resuelve únicamente identificando al responsable de los acontecimientos, sino que para que se restablezca el orden, ese responsable debe ser recompensado o castigado según sea el caso, de manera que sus cuentas queden balanceadas y alcancen el equilibrio de la normalidad. Solamente este tipo de final es satisfactorio a nivel moral. Y en caso de cerrar una buena historia, ésta se erigirá como un precedente de lo que nos puede ocurrir si nuestros actos se asimilan a los del protagonista. El relato moral instituye modelos de conducta.

Pero además de esto, el relato moral debe ofrecer explicaciones sobre la transgresión o la excelencia inusitada de una persona. Responder a la pregunta “¿por qué tal persona actuó de tal modo?” Y el trabajo de la explicación narrativa consiste, una vez más, en mostrar que aquella actitud o acción que a primera vista contraviene lo esperable, en realidad es coherente con los estándares de la moral. Puede ubicar la anomalía no en las leyes de la moral sino en la inmoralidad de la persona, o por el contrario en su extraordinaria virtud, representando una vida de acciones que den cuenta de su carácter —en este punto los procesos de identificación y de explicación se dan la mano. Puede ubicar la anomalía en las circunstancias o los oponentes, mostrando cómo obligaron al protagonista a tomar decisiones que en un contexto

menos extremo ni se habría planteado. Finalmente, en la explicación moral también están disponibles algunos de los recursos de normalización que identificamos en la explicación intelectual, como los fallos, lo accidental o la falta de información.

Y como decíamos en el otro caso, la explicación moral nos sirve sobretodo para anticipar el futuro. Como observan Perelman y Olbrechts-Tyteca, “La mayoría de las veces, la persona sirve, por decirlo así, de correo que permite pasar de los actos conocidos a los actos desconocidos, del conocimiento de los actos pasados a la previsión de los actos futuros” (1958: 459). Así como pretendíamos aprender sobre la estructura de lo real a través de la explicación de un caso y así prever casos futuros, basándonos en una cierta estabilidad de la estructura de la persona podemos juzgar sus actos presentes en función de los pasados y prever los futuros en función de los presentes.

La explicación narrativa, como toda forma de explicación, sirve para tomar control de la realidad; para conocer sus esquemas y actuar en consecuencia. El poder de la persuasión explicativa consiste en su capacidad para proyectarse hacia el futuro.

5. CONCLUSIÓN



A lo largo de esta investigación hemos querido ofrecer al lector conceptos, categorías y claves teóricas para hacer posible una mejor comprensión de las dinámicas del sentido generado a través de la narración. Queríamos dar respuestas a la pregunta *¿cómo persuadimos por medio del relato?* y lo hemos hecho centrándonos en su dimensión inventiva y en la relación que ahora podemos afirmar que existe entre conocimiento y persuasión en la narración periodística.

Éste no es un trabajo exhaustivo ni definitivo. Más bien constituye una hoja de ruta que guiará nuestras investigaciones futuras en la materia y que ponemos a disposición de aquellos a quienes pueda interesar. Y para redondear esta propuesta, queremos hacer una breve recapitulación de todo lo expuesto y rematar con las conclusiones que hemos sacado acerca de la naturaleza del sentido narrativo.

En el primer capítulo hablamos de algunas características de la narración en general y de la narración y el medio periodísticos en particular que nos ayudan a entender dónde yace el poder persuasivo del relato. Vimos en primer lugar que la narración está vinculada con las formas atávicas de transmisión de conocimiento, que apela directamente a las creencias y la emoción, y que eso le da un gran poder de penetración en la conciencia. A continuación, revisando algunas convenciones de la comunicación narrativa, observamos que sus dinámicas tenían la capacidad de inhibir la respuesta crítica, algo que diferencia el relato, por ejemplo, de la argumentación. De la misma manera, su articulación temática, con una tendencia especial a la tipificación, conecta fácilmente con las referencias y los apriorismos de los lectores, promoviendo el asentimiento y limitando la abstracción. En resumen, concluimos que en un medio como el periodístico, donde la noticia busca hacerse cómplice y familiar para el lector, y éste, por su lado, tiende a leer con la guardia baja, el relato tiene mucho campo ejercer la persuasión haciendo uso de la emocionalidad y el prejuicio.

En el segundo capítulo analizamos con detalle dos mecanismos esenciales de producción del sentido narrativo: la emocionalidad y el razonamiento analógico. La emocionalidad tiene mucho que ver con la atención y el interés. Observamos que la persuasión requiere como primer requisito la atención del lector, y que la forma más fácil de atraparla es configurar el relato periodístico de acuerdo con unos patrones prototípicos que hacen la historia atractiva y fácil de entender. Por otro lado, apuntamos que esta tendencia del periodismo a crear historias prototípicas incide directamente en la imagen que nos formamos

del mundo a través de los medios informativo, pues los periodistas están predispuestos a transmitir noticias que casen fácilmente con dicho prototipo y a pasar por alto dimensiones de la realidad discordantes con él. Asimismo observamos que este modelo fomenta la espectacularización de los acontecimientos, una simplificación excesiva y una respuesta apática por parte del público en la praxis.

En cuanto a la analogía, vimos que es una de las principales formas de razonamiento que subyace a la adopción de opiniones, actitudes y acciones derivadas de la narración. Puesto que con el relato no aconsejamos, ni sugerimos, ni ordenamos, ni defendemos una postura explícitamente, sino que hacemos afirmaciones asertivas, nos centramos en identificar el tipo de razonamientos que se activan con esas aserciones y su relación con el juicio o la toma de decisiones. En este apartado profundizamos en conceptos como el ‘caso’ y la ‘casuística’, en el prototipo forma de categorización de la realidad alternativa al concepto definicional — propio del ámbito de la lógica—, en la noción de ‘esquema imaginístico’ entendido como estructura de conocimiento que nos servía para comprender muchas realidades distintas en base a un solo patrón, y finalmente vimos de qué maneras transferíamos el esquema de comprensión de una realidad a otra y cómo es implicaba también la transferencia de juicios, actitudes y reacciones asociadas a dicho esquema. En definitiva, vimos de que a través de las analogías que fomenta el relato, presumimos muchos aspectos de realidades nuevas desconocidas en base a su parecido o su relación con realidades viejas que ya consideramos dominadas y tomamos decisiones en base a ellas.

Finalmente, en el último capítulo, identificamos el funcionamiento de esos recursos de producción de sentido en la configuración del conocimiento a través de la narración, y al hacerlo encontramos muchos puntos en que sentido y persuasión resultaban inextricables; puntos en que la aceptación de una determinada visión de las cosas dependía de su adecuación a prejuicios, necesidades y disposiciones cognitivo-emocionales del lector, y puntos en que, a su vez, estas predisposiciones condicionaban enormemente la interpretación.

En este sentido se puede decir que constatamos la vigencia del paradigma hermenéutico. Pero por otro lado, vimos que este sesgo propio del sentido narrativo se puede conducir deliberadamente para servir a estrategias e intereses definidos que se manifiestan en la praxis. Que el conocimiento es un arma poderosa en el entorno social y que la conciencia sobre sus posibles celadas ayuda a identificar usos arbitrarios e indebidos, y fomenta la fidelidad a los acontecimientos. Ciertamente la realidad tiene algo de relativo, pero no tanto como a menudo hemos llegado a creer.

Para acabar, hay algunas cosas que podemos decir sobre la naturaleza del sentido narrativo.

El magnetismo de la narración como forma de conocimiento tiene que ver con su relación aparentemente inmediata con la realidad. Los artificios esenciales de la narración siguen los mismos principios que nuestra experiencia —la cronología, la causalidad, el foco de atención, la categorización, etcétera— y de ahí esa sensación de que el relato pone los acontecimientos ante nuestros ojos. Pero hay más. Puesto que la explicación narrativa nos libra de la abstracción, con ella parece que consigamos escapar a las convenciones y las normas, tan desprestigiadas por el postmodernismo. En cambio, con la narración tenemos la sensación de estar manejando hechos puros y duros. Mientras la argumentación se esfuerza en demostrar, la narración simplemente muestra, he ahí su fuerza.

Pero cuando cantamos las virtudes del relato debemos relativizar esta ilusión para combatir su hechizo. En cada uno de esos parámetros que parece compartir con la experiencia, el relato introduce una refracción. Y ésta no depende sólo de los referentes culturales que cada uno ha ido interiorizando a lo largo de su vida, y que afloran propiciando una especie de comunión mística con la tradición mítica, familiar y literaria que ha atravesado el tiempo de generación en generación hasta llegar al presente. En la refracción del relato, inciden condicionantes emocionales desde lo más inocente a lo más mezquino y animal; condicionantes cognitivos que tienen que ver tanto con limitaciones insalvables del ser humano como con la pura y simple pereza intelectual; condicionantes socio-políticos que no se limitan a la ideología, sino que incluyen manipulaciones mucho más concretas encaminadas a ejercer el control sobre los demás, a definir su realidad y determinar el lugar que deben ocupar en ella.

La tipificación y el prejuicio, que están en el centro del sentido narrativo, por un lado permiten orientarse en una realidad llena de interrogantes, por otro lado, sin una cierta moderación, son armas sociales de distracción, control, confusión y estigmatización.

El tipo de persuasión que es posible cultivar con el relato es una persuasión esencialmente asertiva. Y aunque sus afirmaciones tratan de acontecimientos de alguna manera extraordinarios, su mayor fuerza es la de fijar los términos de la normalidad, que queda definida y legitimada por contraste. Ésa es la vía por la que el sentido narrativo se cuela hasta las mismísimas entrañas de la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

2008

- ARISTÓTELES, *Retórica*, Paracuellos de Jarama (Madrid): Cátedra, 2009.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. (1979), “The Problem of Speech Genres” en Caryl Emerson y Michael Holquist (comps.) *Speech Genres and Other Late Essays*, Austin: University of Texas Press, 1992, pp.60-102.
- BARTHES, Roland (1957), *Mitologías*, Madrid: Siglo XXI, 2009.
- (1966), “Introducció a l’anàlisi estructural del relat” en Enric Sullà (comp.) *Poètica de la narració*, Barcelona: Empúries, 1985, pp. 67-106.
- (1985), “La retórica antigua. Prontuario” en *La aventura semiológica*, Barcelona: Paidós, 1990, pp. 85-161.
- BERGER, Peter L.; LUCKMAN, Thomas (1967), *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu, 1993.
- BITZER, Lloyd F. (1968), “The Rhetorical Situation” en *Philosophy & Rhetoric*, vol. 1, pp. 1-14.
- BOOTH, Wayne C. (1961), *La retórica de la ficción*, Barcelona: Bosch, 1974.
- BORDES, Montserrat (2011), *Las trampas de Circe. Falacias lógicas y argumentación informal*, Madrid: Cátedra.
- BORMANN, Ernest G. (1972), “Fantasy and Rhetorical Vision. The Rhetorical Criticism of Social Reality” en *The Quarterly Journal of Speech*, vol. 58, pp. 396-407.
- BORRAT, Héctor (2000), “El primado del relato” en *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, vol. 25, pp. 41-60.
- BURKE, Kenneth (1968), “Dramatistic Method” en Joseph Gusfield (comp.) *On Symbols and Society*, Chicago: University of Chicago Press, 1989.
- (1969), “Ways of Placement” en Joseph Gusfield (comp.) *On Symbols and Society*, Chicago: University of Chicago Press, 1989.
- (1973), “Symbolic Action” en Joseph Gusfield (comp.) *On Symbols and Society*, Chicago: University of Chicago Press, 1989.
- BUSTOS, Eduardo (2000), *La metáfora. Ensayos transdisciplinarios*, Madrid: Fondo de Cultura Económica; Universidad Nacional de Educación a Distancia.

- CASAMAJÓ, Gemma (2002), *Les veus del ventríloc. Proposta de fonamentació teòrica i metodològica per a l'estudi de la presència de l'autor en el relat periodístic escrit* [tesina], Bellaterra.
- CASASÚS, Josep Maria; NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1991), *Estilo y géneros periodísticos*, Barcelona: Ariel.
- CHATMAN, Seymour (1990), *Coming to Terms. The Rhetoric of Narrative in Fiction and Film*, Ithaca: Cornell University.
- CHILLÓN, Albert (1999), *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*, Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana: Universitat Jaume I; València: Universitat de València.
- (2006), “Las escrituras facticias y su influjo en el periodismo moderno” en *Trípodos*, vol. 19, pp. 9-23.
- CZARNIAWSKA, Barbara (2004), *Narratives in Social Science Research*, Londres: SAGE, 2004.
- DUCH, Lluís; CHILLÓN, Albert (2011), *Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación* vol.1, Barcelona: Herder, 2012.
- DUNBAR, Kevin (2001), “The Analogical Paradox. Why Analogy is so Easy in Naturalistic Settings, yet so Difficult in the Psychological Laboratory” en Dedre Gentner, Keith J. Holyoak y Boicho N. Kokinov (eds.) *The Analogical Mind. Perspectives from Cognitive Science*, Cambridge (Massachusetts): Massachusetts Institute of Technology, pp. 313-334.
- FAUCONNIER, Gilles (2001), “Conceptual Blending and Analogy” en Dedre Gentner, Keith J. Holyoak y Boicho N. Kokinov (eds.) *The Analogical Mind. Perspectives from Cognitive Science*, Cambridge (Massachusetts): Massachusetts Institute of Technology, pp. 255-285.
- FISHER, Walter (1970), “A Motive View of Communication” en *The Quarterly Journal of Speech*, vol. 56, nº 2, pp. 131-139.
- FOSS, Sonja K.; FOSS, Karen A.; TRAPP, Robert (1985), *Contemporary Perspectives on Rhetoric*, Prospect Heights (Illinois): Waveland Press, 1991.
- FRENZEL, Elisabeth (1976), *Diccionario de motivos de la literatura universal*, Madrid: Gredos, 1980.
- FRYE, Northrop (1957), *Anatomía de la crítica. Cuatro ensayos*. Caracas: Monte Ávila, 1977.
- EZZY, Douglas (1998), “Theorizing Narrative Identity. Symbolic Interactionism and Hermeneutics” en *The Sociological Quarterly*, vol. 39, nº 2, pp. 239-252.

- GADAMER, Hans-Georg (1960), *Verdad y método*, vol.1, Salamanca: Sígueme, 1977.
- GARCÍA BERRIO, Antonio; HUERTA CALVO, Javier (1992), *Los géneros literarios. Sistema e historia*, Madrid: Cátedra.
- GENETTE, Gérard (1962), *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*, Madrid: Taurus, 1989.
- (1977), “Géneros, ‘tipos’, modos” en Miguel A. Garrido Gallardo (comp.), *Teoría de los géneros literarios*, Madrid: Arco, 1988, pp.183-233.
- (1991), *Fiction et diction*, Paris: Seuil.
- GILOVITCH, Thomas (1981), “Seeing Past in Present. The Effect of Essociations to Familiar Events on Judgements and Decisions” en *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 40, nº 5, pp. 797-808.
- GOFFMAN, Erving (1975), *Frame analysis. Los marcos de la experiencia*, Torrejón de Ardoz (Madrid): Centro de Investigaciones Sociológicas, 2006.
- GOMIS, Lorenzo (1989), *Teoría de los géneros periodísticos*, Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 2008.
- GONZÁLEZ LABRA, María José (1997), *Aprendizaje por analogía. Análisis del proceso de inferencia analógica para la adquisición de nuevos conocimientos*, Valladolid: Trotta.
- HODGES, Adam (2011), *The ‘War on Terror’ Narrative. Discourse and Intertextuality in the Construction and Contestation of Sociopolitical Reality*, Nueva York: Oxford University Press.
- HOGAN, Patrick Colm (2001), *The Culture of Conformism. Understanding Social Consent*, Durham: Duke University Press.
- (2009), *Understanding Nationalism. On Narrative, Cognitive science and Identity*, Columbus: Ohio State University Press.
- (2011), *Affective Narratology. The Emotional Structure of Stories*, Lincoln: University of Nebraska Press.
- IGARTUA, Juan José (2007), *Persuasión narrativa: el papel de la identificación con los personajes a través de las culturas*, San Vicente (Alicante): Club Universitario.
- JONES, Owen (2011), *Chavs. La demonización de la clase obrera*, Torrejón de Ardoz (Madrid): Capitán Swing.
- KEANE, Mark T.; COSTELLO, Fintan (2001), “Setting Limits on Analogy. Why Conceptual Combination is not Structural Alignment” en Dedre Gentner, Keith J. Holyoak y

- Boicho N. Kokinov (eds.) *The Analogical Mind. Perspectives from Cognitive Science*, Cambridge (Massachusetts): Massachusetts Institute of Technology, pp. 287-312.
- KING, Andrew (2009), "Pentadic Criticism. The Wheels of Creation" en Jim A. Kuypers (ed.) *Rhetorical Criticism. Perspectives in Action*, Lanham: Lexington Books.
- KUYPERS, Jim A. (2009), "Framing Analysis" en *Rhetorical criticism. Perspectives in action*, Lanham: Lexington Books.
- LAKOFF, George; JOHNSON, Mark (1980), *Metaphors We Live By*, Chicago: Chicago University Press, 2003.
- LIEBES, Tamar (ed.) (1994), *Narrativization of the News. Journal of Narrative and Life History*, vol. 182, nº 4.
- LIZCANO, Emmánuel (2008), "Narraciones de la crisis. Viejos fetiches con caras nuevas" en *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*, vol. 83-84, pp. 33-43.
- LYOTARD, Jean-François (1979), *La condició postmoderna. Informe sobre el saber*, Barcelona: Centre d'Estudis de Temes Contemporanis: Angle, 2004.
- MARKMAN, Arthur B.; MOREAU, C. Page (2001), "Analogy and Analogical Comparison in Choice" en Dedre Gentner, Keith J. Holyoak y Boicho N. Kokinov (eds.) *The Analogical Mind. Perspectives from Cognitive Science*, Cambridge (Massachusetts): Massachusetts Institute of Technology, pp. 363-399.
- MCKEE, ROBERT (1998), *El Guión : sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*, Barcelona: Alba, 2009.
- PATTON, John H. (1979) "Causation and Creativity in Rhetorical Situations. Distinctions and Implications" en *The Quarterly Journal of Speech*, vol. 65, pp. 36-55.
- PERELMAN, Chaïm; OLBRECTHS-TYTECA, Lucy (1958), *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Madrid: Gredos, 1989.
- PRATKANIS, Anthony; ARONSON, Elliot (1992), *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*, Barcelona: Paidós, 1994.
- RICOEUR, Paul, MACEIRAS, Manuel (ed.) (1983), *Tiempo y narración*, vol.1, *La configuración del tiempo en el relato histórico*, México D. F.: Siglo XXI, 2004.
- (1985), *Tiempo y narración*, vol. 3, *El tiempo narrado*, México D. F.: Siglo Veintiuno, 2009.
- SALMON, Christian (2007), *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*, Barcelona: Península, 2008.
- (2011), *La estrategia de Sherezade. Apostillas a Storytelling*, Barcelona: Península

- SEGRE, Cesare (1985), *Principios de análisis del texto literario*, Barcelona: Crítica.
- THAGARD, Paul; SHELLEY, Cameron (2001), “Emotional Analogies and Analogical Inference” en Dedre Gentner, Keith J. Holyoak y Boicho N. Kokinov (eds.) *The Analogical Mind. Perspectives from Cognitive Science*, Cambridge (Massachusetts): Massachusetts Institute of Technology, pp. 335-362.
- TODOROV, Tzvetan (1978), “El origen de los géneros” en Miguel A. Garrido Gallardo (ed.), *Teoría de los géneros literarios*, Madrid: Arco, 1988, pp.31-48.
- WHITE, Hayden (1973), *Metahistoria. La imaginación histórica en la Europa del siglo XIX*, México: Fondo de Cultura Económica, 2001.
- WITTEN, Marsha (1993), “Narrativa y cultura de la obediencia en el lugar de trabajo” en la obra colectiva editada por Dennis K. Mumby *Narrativa y control social*, Buenos Aires: Amorrortu, 1997.
- WOLFE, Tom (1973), *El nuevo periodismo*, Barcelona: Anagrama, 1976.