

**HERNÁNDEZ LES, Juan A.** (2004): *Secretos obstinados de la Comunicación*, Santiago de Compostela, Tórculo Edicións. 202 páginas

Juan A. Hernández Les es profesor titular de la Comunicación Audiovisual en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela. Ejerció la crítica cinematográfica en varias y diferentes publicaciones –revistas especializadas y diarios de información general– y ha sido asesor de RTVE para programas de cine. Entre sus publicaciones anteriores destacan, de modo especial, varios títulos relacionados con cuestiones cinematográficas: el cine de autor en España, Berlanga, Elías Querejeta, cine y literatura... Viene aquí a cuento una relación tan detallada de su currículo académico y profesional para justificar mi afirmación de que, a la vista de todo lo aquí recogido esquemáticamente, este último libro suyo resulta, por lo menos, sorprendente. Gratamente sorprendente, pero absolutamente inesperado partir de los antecedentes de todo tipo que lógicamente deben actuar como background intelectual de sus preocupaciones universitarias. Y, al mismo tiempo, hay que decir que estamos ante una obra tremendamente original, tanto en sus planteamientos como en su metodología.

Teniendo presente su obra anterior, cabría esperar una Historia de la Comunicación de clara impregnación sociologista, como suele ser habitual en estas parcelas académicas. Pero precisamente es esto lo que el autor ha querido evitar en su trabajo. Hay que partir, según el mismo sugiere, de sus dos últimas publicaciones, indicadoras de un interés del autor por la Filosofía de la Historia, y vemos cómo este nuevo trabajo “apunta hacia una Historia Crítica de la Comunicación. En la comunicación –dice el profesor Hernández Les– están los textos, las imágenes, las relaciones entre textos e imágenes, la tergiversación de los contenidos por mor de una ingerencia titánica de los medios, o el mal uso de los medios por la adulteración de los contenidos. Falta una ética de la comunicación. Hay, por el contrario, un exceso sociológico de la comunicación”. El autor no ha querido caer en este exceso sociológico y se ha propuesto ensayar por su cuenta, corriendo con todo el riesgo de la aventura, una Historia Crítica de la Comunicación, es decir: pretende hacer una revisión crítica de la Comunicación, o, en otras palabras suyas, hacer “una auditoría metodológica, crítica y dialéctica, de un segmento de la Historia de la Comunicación”.

A primera vista, lo que llama más poderosamente la atención de este intento es el alto grado de originalidad, no sólo por razón de sus objetivos, sino también, aunque en menor medida, por razón de los procedimientos utilizados. “Necesitamos, pues, una teoría y una forma de comprender la Historia” Y para conseguir sus metas, se embarca en una empresa para la que existen pocos precedentes, tal como él mismo señala, con el objeto de detectar comportamientos opinativos e informativos antes de la aparición del periodismo, en un intento de “ver la Historia de la Comunicación desde algunas atalayas

que aparecen situadas en lugares inapropiados, como el teatro, el honor caballeresco, el amor cortés, la filosofía, los derechos del hombre o la aldea global”. Y el camino utilizado para llevar a cabo la investigación es el llamado método comparado, o de cruces de líneas de investigación, empleado con cierta frecuencia en las ciencias sociales y, de modo particular, en la ciencia política.

A lo largo de nueve capítulos, Hernández Les sitúa su investigación sobre las actitudes específicamente periodísticas -información y opinión-, ya detectables en las obras artísticas y filosóficas antes de la aparición del periodismo, en los siguientes “lugares inapropiados”: la Grecia arcaica, el ideal caballeresco, la representación simbólica de los iconos, el recurso del método en la opinión cartesiana, la controversia revolucionaria, la obra de Albert Camus, el teatro y el cine (desde Sófocles a Pasolini), el concepto periodismo tanto en su enfoque clásico como en el nuevo escenario de la aldea global, y los fenómenos de opinión pública en las sociedades regidas por las comunicaciones de masas. Como se ve, confluyen aquí enfoques disciplinarios muy diversos: Historia, Sociología, Filosofía, Lingüística, Literatura, Estética, etc. El resultado final es fascinante y altamente sugestivo, yo diría que incluso se nos ofrece con cierto punto de provocación.

Provocación que ya aparece advertida al lector en las páginas iniciales de las Introducción, donde el autor se cobija bajo el manto de Ortega y Gasset para hacer una suave apología del derecho del hombre a ser ignorante: “El error radicalísimo de todas las teorías del conocimiento ha sido no advertir la inicial incongruencia que existe entre la necesidad que el hombre tiene de conocer y las facultades con que cuenta para ello. Sólo Platón entrevió que la raíz del conocer, su sustancia misma, diríamos, está precisamente en la insuficiencia de las dotes humanas, que está en el hecho terrible de que el hombre no sabe. Ni Dios ni la bestia tienen esta condición. Dios sabe todo y por eso no conoce. La bestia no sabe nada y por eso tampoco conoce. ¿Por qué al hombre le duele su ignorancia como si le doliese un miembro que nunca hubiese tenido?”.

José Luis M. ALBERTOS

Universidad Complutense de Madrid