



***Persuasión y manipulación en la era audiovisual* de Jordi González Castelló**

Por FRANCESC SÁNCHEZ BARBA

Volviendo la vista atrás, trasladándonos exactamente a la década de los noventa del siglo XX, apareció una nueva titulación universitaria que se convino en llamar *Comunicación Audiovisual* que, a la par de la recuperación de los estudios de Humanidades, apelaba a la concreción de campos de estudio complejos que debían incorporar ópticas multidisciplinares. *Persuasión y manipulación en la era audiovisual* no sólo responde a una nueva entrega Verbum que se adentra en los campos de la filología, la estética, la filosofía y la historia sino que recuerda que el cine, como la imagen y sus usos y abusos, es un objeto complejo que debe ser abordado como un flujo por el que transita nuestra percepción y nuestra forma de adaptarnos a un mundo

complejo. Jordi González Castelló reúne una excelente formación en Humanidades, Cine y medios audiovisuales (por la Universidad Jaguelónica de Cracovia) y en Filosofía analítica además de tener estudios en dirección de cine y en Arte y diseño y de enfrentarse a las tareas propias de periodista y programador cultural. La selección, distribución y exhibición de los productos audiovisuales lleva conjuntamente implícita la reflexión sobre su contenido, impacto y presentación a una audiencia inmersa en un constante consumo de informaciones y estimulaciones a través de canales audiovisuales. Llegamos así a uno de los pilares de este trabajo en el que el desafío consiste en saber algo más sobre los mecanismos que se ponen en juego con la imagen en movimiento. Se requiere una auténtica Epistemología de los medios audiovisuales que, por fuerza, nos conduce a las primeras teorizaciones y categorizaciones como aquellas que nacen de la propia filosofía y estética aristotélica.

Siguiendo las propias palabras del autor, la estructura del libro parte en los tres primeros capítulos de observar y conocer cómo la cultura audiovisual influye en nuestras emociones que, a su vez *influyen en nuestra racionalidad, y, ésta, en la toma de decisiones* introduciendo estudios como el de los marcadores somáticos de Antonio Damasio o la vigencia de la Retórica en la era audiovisual poniendo el énfasis en aquellos métodos de análisis más directamente aplicables al cine como los propuestos por teóricos norteamericanos como David Bordwell y Kristin Thomson. Así, el capítulo 1 intenta responder a una cuestión básica con la pregunta siguiente que da título: *¿Son los medios audiovisuales efectivos en la transmisión?*

Epígrafes como *Las emociones y la toma de decisiones racionales* en el

capítulo 2 o *La retórica de las obras y medios audiovisuales y géneros de discursos* en el capítulo 3 ponen de manifiesto el papel que se ejerce como espectador y/o consumidor de productos audiovisuales que no sólo procesa información sino que asimila y comparte colectivamente. La psique obedece a procesos perceptivos y emocionales que pueden ser influidos -manipulados- con un mayor conocimiento de los mecanismos de identificación y de transmisión de códigos: empiezan ya en las leyes del montaje o en el impacto de las imágenes en movimiento frente a una pantalla (en la oscuridad o no).

Esa base teórica se complementa con las incursiones en presupuestos que se hallan en títulos o géneros como es el caso de la ciencia-ficción que proporciona un auténtico *filón de "deliberaciones" retóricas* al acercarnos a un mundo como el actual examinado a través de propuestas apocalípticas o de simples reflexiones sobre la incorporación de la tecnología o la presencia de grupos de comunicación cada vez más dimensionados y en permanente contacto con las élites políticas y económicas. Pero incluso el pesimismo y las advertencias distópicas pueden ser estrategias reaccionarias e inmovilistas que deberán ser estudiadas para contrarrestar su impacto si es que se hubiera demostrado su existencia. Y, más allá, de esos campos de estudio, de nuevo nos encontramos con el reto que atañe a los educadores y a los programadores culturales para que, pese a ese mercado de mensajes, ficciones e imágenes en movimiento, sigamos defendiendo la autonomía de los individuos y fortalezcamos la capacidad de cada uno de nosotros para, más allá de las competencias digitales, las herramientas de procesamiento y de creación sigan abiertas

permanentemente ya que, en palabras del autor, *el conflicto entre la retórica y la ética está pues servido, basta con recordar que la ciencia-ficción fue un baluarte en la lucha anticomunista durante la Guerra fría.*

La segunda parte del volumen (capítulos 4 a 6) nos conduce a esa necesaria Epistemología en los medios audiovisuales, a la educación distorsionada remitiendo a la necesidad de adquirir una conciencia crítica y el fortalecimiento del Yo y de los grupos. El capítulo 5 contrapone o evalúa la identificación y la identidad y el capítulo 6 plantea cuestiones como las que afectan a las industrias culturales que han de ser transparentes y atender a una pluralidad ideológica necesaria en una sociedad diversa y democrática. Algunas conclusiones finales (páginas 133-138) vuelven a centrar los debates apelando a cuestiones como los juicios morales y el siempre complejo camino hacia la identidad. Se incorpora además una interesante bibliografía, repaso a recursos en Internet y unos breves índices de las citas filmográficas y audiovisuales mencionadas.

Retomando de manera más sistemática el viejo debate del papel de los medios audiovisuales en los comportamientos y actitudes de los ciudadanos (sobre todo por el tema de la exposición a la violencia... o recientemente por el impacto de los juegos de azar o de la pornografía en las redes) y más allá de los mecanismos de los controles parentales, las obras audiovisuales parecen estar siempre en el punto de mira pero lo discursivo existe en un film, en una serie o un reportaje televisivo pero también en un ensayo, un artículo científico o una actuación en el espacio geográfico y social o en los cultos y tradiciones compartidas.

Jordi González se pregunta en la segunda parte si es posible crear o

modelar nuestra identidad y sobre los efectos producidos por la identificación con los protagonistas de una obra audiovisual. No en vano los medios de comunicación social son estudiados como parte del proceso de socialización/domesticación lo que permite introducir a pensadores como Foucault o Sloterdijk. El ideario humanístico, como también se reivindica en estas páginas, debe estar presente frente a las amenazas de la disciplina y la uniformización o, tal vez, frente al dominio exagerado de los materiales audiovisuales.

GONZÁLEZ CASTELLÓ, Jordi, *Persuasión y manipulación en la era audiovisual*: Editorial Verbum, 2019. Colección Ensayo. 147 págs.

