

Análisis metódico de la verdad en la comunicación

Manuel MARTIN SERRANO

REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACIÓN Y DE SUS CONTENIDOS:

MARTIN SERRANO, Manuel (1982): "Análisis metódico de la verdad en la comunicación", en MARTIN SERRANO, Manuel *et al.*: *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Alberto Corazón (segunda edición, revisada y ampliada; primera edición 1981), pp. 191-202. ISBN: 84-7053-229-4.

Reproducido en *Diálogos de la Comunicación*, nº 20, 1988, pp. 39-45. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/primepoca/pdf/20-06ManuelSerrano.pdf>

Recuperado el _ de _____ de 2 ___, de <http://eprints.ucm.es/13115/>

UTILIZACIÓN DE ESTE DEPÓSITO:

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones, que corresponden a la licencia *Creative Commons* que protege este texto:

Reconocimiento. Debe reconocer y citar al autor original, utilizando la "**REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACION Y DE SUS CONTENIDOS**" (véase recuadro superior).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Reading LA COMUNICACIÓN HUMANA. ORÍGENES Y CARACTERÍSTICAS

Presentación y estudio documental por Daniel Franco Romo

En E-Prints se tiene acceso a una selección de la obra original de Manuel Martín Serrano (véase: “Publicaciones de Manuel Martín Serrano disponibles en E-Prints. Selección sistematizada”, en <http://eprints.ucm.es/11107/>).

El trabajo teórico que está desarrollando el autor para fundamentar las ciencias de la comunicación cuenta, a partir del año 2007, con un título fundamental: *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad* (Madrid: McGraw-Hill). Este libro ha sido objeto de numerosos estudios, incluidos números monográficos en revistas de comunicación. En esos análisis han participado especialistas de diversas disciplinas. Se incluyen los accesos a dos estudios que, desde diferentes perspectivas, sitúan la obra y su contenido:

- El Prof. Dr. Jesús Galindo aporta una sinopsis completa del libro y lo ubica en el contexto teórico de su autor y de su influencia: http://www.portalcomunicacion.com/esp/bib_ref_txt.asp?id_nov=117

- El Prof. Dr. Salvador Corrales hace un análisis de la incidencia de la obra en la transformación de los paradigmas comunicativos: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n59/especialserrano/scorrales.html>

En *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*, Manuel Martín Serrano diseña una teoría específica para todas las interacciones comunicativas. Dicho avance ha hecho posible investigar los orígenes evolutivos de la comunicación y, al tiempo, aclarar cómo participa en la evolución animal; y le ha permitido explicar las transformaciones de la comunicación animal que desembocan en la aparición de la comunicación humana.

Esa secuencia que comienza con la evolución natural y sigue hasta la hominización y la humanización está documentada en E-Prints con dos Reading;

- LOS ORÍGENES Y LA NATURALEZA DE LA COMUNICACIÓN.

- LA COMUNICACIÓN HUMANA. ORÍGENES Y CARACTERÍSTICAS, que corresponde a este Reading.

El material que se ha seleccionado se refiere al papel que la comunicación cumple en la antropogénesis y a las transformaciones que hacen de la comunicación animal, comunicación humana.

Una de las mejores presentaciones del tema está en la entrevista que *Intercom* le hace al autor a propósito de “La Teoría de la Comunicación, la vida y la sociedad” (<http://eprints.ucm.es/13109/>).

Del libro del mismo nombre, se ha seleccionado el prólogo: “El lugar de la teoría de la comunicación entre los saberes” (<http://eprints.ucm.es/12980/>), que se cierra con el magnífico estudio que de esta obra hace el Prof. Dr. Luis Alfonso Castro Nogueira, quien escribe que se trata de “una dialéctica de la hominización” y expone el lugar que ocupa en las actuales fronteras del conocimiento científico.

El autor nos introduce en el análisis de la antropogénesis en “Evolución e historia en el desarrollo de la comunicación humana” (<http://eprints.ucm.es/13110/>) y también en un texto breve, pero esencial para comprender su planteamiento: “Lo específicamente humano de la comunicación humana” (<http://eprints.ucm.es/13111/>).

En el artículo “La comunicación en la existencia de la humanidad y de sus sociedades” (<http://eprints.ucm.es/13112/>), Manuel Martín Serrano profundiza en el análisis de cómo los grupos humanos han utilizado la comunicación colectiva para operar con los vínculos entre Naturaleza y Sociedad.

En este Reading se hace referencia a las investigaciones de los gestos y de las herramientas comunicativas. Se pueden examinar los resultados en dos depósitos: “El universo teórico del gesto” (<http://eprints.ucm.es/13181/>) y “Del universo teórico del gesto al universo teórico de la praxis”

(<http://eprints.ucm.es/13114/>). Ambos proceden del estudio que Manuel Martín Serrano hace de la obra de André Leroi-Gourhan *Evolución y técnica* (Madrid: Taurus, 2 vols., 1988, 1989).

Entre las características distintivas de la comunicación humana, el autor incluye la necesidad de *verificar* la información que se recibe de otros. Lo fundamenta en este depósito: "Análisis metódico de la verdad en la comunicación". Es uno de los ejemplos más conocidos y citados de aplicación de la fenomenología al estudio de la comunicación humana.

REFERENCIAS para enlazar este documento con los que cita y con aquellos que le citan

- "Actos ejecutivos y actos expresivos" (<http://eprints.ucm.es/13101/>)
- "El origen evolutivo de la comunicación: transformación de los usos significativos de la información (precomunicativos) en usos indicativos (comunicativos)" (<http://eprints.ucm.es/13108/>)

*Esta selección y sistematización de publicaciones de Manuel Martín Serrano, así como los análisis que les acompañan, se basa principalmente en los estudios realizados por los especialistas que han participado en dos monográficos dedicados a la obra del autor: el primero editado por *Anthropos* y preparado por Esteban Mate y el segundo por *Chasqui*, coordinado por Francisco Bernete. También se han localizado y utilizado numerosas reseñas que están publicadas en otras revistas científicas. El investigador Daniel Franco Romo ha planificado y supervisado la ejecución de todo el proyecto.

Análisis metódico de la verdad en la comunicación

Manuel MARTIN SERRANO

Epígrafes: 1. Planteamiento metódico del análisis de la objetividad, significatividad y validez de los datos de referencia. 2. Análisis de la objetividad. 3. Análisis de la significatividad. 4. Análisis de la validez. 5. Concepto de comunicación verdadera. 6. Niveles de falsificación de los datos de referencia.

1. PLANTEAMIENTO METODICO DEL ANALISIS DE LA OBJETIVIDAD, SIGNIFICATIVIDAD Y VALIDEZ DE LOS DATOS DE REFERENCIA

Hemos afirmado que los datos de referencia sólo pueden ofrecer información parcial a propósito del objeto de referencia al que se refiere la comunicación. Esta limitación supone que no existe una comunicación completa, si por tal se pretendiese aquella que brinda *todo* el conocimiento posible a propósito de un objeto de referencia.

La incompletitud, la parcialidad que es consustancial con la comunicación, plantea una serie de interrogantes: ¿es posible una comunicación que permita la objetividad a propósito del mundo?, ¿cómo estamos seguros de que la información¹ que ofrecen los datos de referencia es significativa?, ¿de qué modo cabe asegurarse de que una comunicación es válida? Estas preguntas, bajo su apariencia especulativa, poseen la mayor importancia práctica: nuestras relaciones interpersonales, la ciencia, la vida cotidiana toda, descansan sobre el supuesto implícito de que la comunicación puede ser objetiva, significativa y válida.

Planteando el problema en términos susceptibles de un análisis metódico, las interrogantes que requieren una respuesta son las siguientes:

1. ¿Cómo (no) es posible que los datos de referencia proporcionen una información objetiva a propósito de una referencia a la que sustituyen? ¿Qué significa «objetividad»?
2. ¿Cómo (no) es posible que los datos de referencia proporcionen una información significativa a propósito de una referencia que puede ser tomada en cuenta desde muchos puntos de vista? ¿Qué significa «significatividad»?
3. ¿Cómo (no) es posible que los datos de referencia proporcionen información válida para Actores que persiguen fines distintos a propósito de un objeto de referencia que está en relación con todos los demás? ¿Qué significa «validez»?

Para facilitar el análisis se utilizará un ejemplo. Sea el objeto de referencia de la comunicación una MANIFESTACIÓN CONVOCADA POR LOS PARTIDOS POLÍTICOS. La televisión informa de este acontecer a las audiencias, incluyendo en sus noticiarios un reportaje rodado

¹ Utilizaré ahora el término *información* en el sentido de «selección de datos que elimina la aleatoriedad» y posibilita la construcción del sentido, efectuada por un modelo de representación. El concepto de representación se analizará con mayor detalle en un próximo libro de esta colección.

mientras transcurre la manifestación. Los datos de referencia que se muestran durante el reportaje ofrecen «una panorámica de la cabecera de la manifestación y sus pancartas». El «lugar de observación» en el que el operador ha situado la cámara está frente al objeto de referencia. Esta posición de la cámara permite obtener información sobre los textos de las pancartas, los movimientos de los manifestantes situados en las primeras líneas, etc. Este «lugar de observación» excluye la obtención de otros datos de referencia alternativos. Por ejemplo, si la cámara se hubiese situado en un helicóptero, rodando desde el aire la manifestación, habría captado datos de referencia diferentes; a través de los datos captados desde el aire el receptor no percibiría información sobre las pancartas o los dirigentes, pero en cambio podría informarse sobre la longitud y la densidad de la manifestación. El reportaje en imágenes se acompaña de la locución de un mediador, que añade otros datos de referencia al relato, a los cuales nos referiremos oportunamente en el texto.

2. ANALISIS DE LA OBJETIVIDAD²

2.1. Concepto de objetividad

La «objetividad» es una forma de indicar que los datos de referencia pueden ser atribuidos legítimamente al referente que designan. El problema del análisis de la objetividad radica en establecer qué es «una atribución legítima».

- En el ejemplo que se ha sugerido, tanto las imágenes frontales como las que se podían tomar desde el aire, son datos de referencia objetivos, porque unas y otras proceden directamente de las expresiones obtenidas con el concurso del propio objeto de referencia (LA MANIFESTACIÓN).

- El mediador de la comunicación puede añadir a los datos de referencia proporcionados por las imágenes otros proporcionados por él mismo en la locución. Por ejemplo, «la manifestación se inició a las diez de la mañana y concluyó a las tres de la tarde; recorrió el trayecto que existe entre la Plaza de Atocha y Cibeles». Estos datos proceden indirectamente del acontecer de referencia y (supuesto que sean exactos) pueden *ser atribuidos* legítimamente al objeto de referencia; en consecuencia también son datos objetivos.

- El mediador puede optar por relacionar esos acontecimientos con otros similares, llamando la atención sobre las peculiaridades del mismo. Aportará, por ejemplo, los siguientes datos de referencia en la locución: «En ningún momento a lo largo de la manifestación hizo acto de presencia la fuerza pública. No se registró ningún incidente». En el supuesto de que estos datos sean exactos pueden ser *legítimamente predicados del referente*³, por tanto cabe considerar que son datos objetivos.

Cualquiera que sea el criterio de uso de esos datos de referencia que el mediador vaya a proponer en la comunicación, su carácter de datos objetivos es incuestionable. La objetividad de tales datos tampoco se ve afectada por la praxis comunicativa, es decir, por los fines que se propongan lograr Ego y Alter recurriendo a la comunicación a propósito de este objeto de referencia. La objetividad de un dato deriva: de que proceda del objeto de referencia; de que

² El lector verá facilitada su tarea si coteja los análisis que siguen con el cuadro n.º 6.

³ La predicación de una cualidad respecto de un objeto puede referirse tanto a la *atribución* como a la *no-atribución* de la primera con respecto al segundo.

pueda ser atribuido al objeto de referencia; o de que pueda predicarse que no lo posee un objeto de referencia, condiciones que indican la referenciabilidad, es decir, la atribución legítima. *La objetividad de los datos de referencia es una cualidad que depende de la referenciabilidad, y en cuanto tal, es independiente del uso que se haga de esos datos en la comunicación.*

2.2. Objetividad y mediación

La objetividad de los datos de la comunicación no quiere decir en ningún caso que puedan obtenerse esos datos sin la participación de una cadena de mediadores tecnológicos y profesionales.

Los datos de referencia correspondientes a las imágenes rodadas de LA MANIFESTACIÓN han sido recogidos por un equipo que elige la posición desde la cual se va a contemplar la manifestación y el momento del rodaje; le llegan al receptor mediados por una cámara, cuya lente determina el espacio real del que proceden los datos; tal vez las imágenes se impresionan en película cuya tratamiento determina el tiempo mínimo que va a transcurrir para que los datos estén disponibles.

La existencia ineludible de mediaciones en la comunicación significa que cuando se habla de «objetividad de los datos de referencia» debe de suponer la intervención de un instrumento y de un Actor. Si por «objetivo» se interpreta «no mediado», la única objetividad posible que puede ofrecerse a Alter es el contacto directo y personal con el objeto, pero esta relación con el objeto es uso o experimento; el uso remite al transporte, el experimento remite a la prueba; en ambos casos, el objeto deja de ser un referente, y la relación con el objeto deja de ser comunicativa⁴.

No obstante, la mediación puede ser intencionalmente manipulada para distorsionar la referenciabilidad de los datos respecto del objeto de referencia.

Por ejemplo, el mediador puede usar una lente de deformación que impresione en la película caras grotescas o monstruosas. Luego, en el proceso de manipulación de la película, puede alterar el ritmo, de forma tal que los manifestantes se muevan de una manera torpe o alocada. También puede repetir muchas veces la presentación de unos determinados planos o detener el relato audiovisual para destacarlos; por ejemplo, si un manifestante se cae reproducir diez o doce veces la caída; si levanta el puño pasar a la imagen fija unos segundos.

En todos estos casos la mediación se transforma en una intervención intencional que tiene que ver con el uso de la comunicación; estas intervenciones afectan, sobre todo, a la validez de los datos, y se examinarán al tratar de aquella.

3. ANALISIS DE LA SIGNIFICATIVIDAD

3.1. Concepto de significatividad

La significatividad es una forma de indicar que los datos de referencia han sido legítimamente seleccionados respecto al criterio de uso formal de los objetos; lo que es lo

⁴ Cfr. el tema anterior.

mismo: que los datos de referencia son pertinentes para referirse al objeto de referencia desde un cierto punto de vista.

La objetividad de los datos de referencia es una condición necesaria para la significatividad comunicativa de esos mismos datos, pero no es una condición suficiente.

Los datos utilizados en (2.1) son todos objetivos, lo cual no asegura que sean significativos en toda posible referencia al objeto de referencia⁵. Si el mediador se sirve de esos datos para referirse a la manifestación desde el punto de vista de la capacidad de convocatoria de los sindicatos, del recorrido y la duración del acto, de las reivindicaciones que se exhiben en las pancartas, ha proporcionado datos significativos. Si se sirviese de esos mismos datos para referirse a la manifestación desde el punto de vista del eco que ha tenido en la población, en el Gobierno o los trabajadores, esos datos pierden toda significatividad.

Existe una selección legítima de datos de referencia desde el punto de vista del uso formal de esos datos en los siguientes casos:

- Cuando los datos de referencia proceden directamente de expresiones logradas sobre la sustancia expresiva, con el concurso del objeto de referencia (condición que asegura su objetividad) y además convienen al punto de vista que sirve de criterio para la comunicación.

Por ejemplo, las imágenes frontales de la manifestación son significativas desde el punto de vista del mediador que se refiere a las reivindicaciones escritas en las pancartas; las imágenes desde el aire son significativas desde el criterio de quien desea referirse a la longitud y densidad de la manifestación.

- Cuando los datos pueden ser atribuidos legítimamente al objeto de referencia (condición que asegura su objetividad) y además convienen al punto de vista que sirve de criterio de la comunicación.

Por ejemplo, los datos proporcionados por el locutor sobre la ausencia de la policía son significativos si desea informar sobre la manifestación desde el criterio de la permisividad de las autoridades.

Los datos de referencia (objetivos) que convienen al punto de vista formal adoptado frente al referente son relevantes. *La significatividad de los datos de referencia es una cualidad que tiene que ver con la relevancia y que es independiente de los fines prácticos que tratan de lograr los Actores que comunican a propósito de ese objeto de referencia.*

3.2. Significatividad y mediación

La necesidad ineludible de que se elija un criterio de referencia, a la hora de seleccionar datos significativos, determina la existencia inevitable de una mediación: en consecuencia, la utilización de un punto de vista formal para comunicar a propósito del objeto de referencia significa la existencia de una opción respecto a otros posibles puntos de vista que podría haber tenido en cuenta el mediador. Si por «significativo» se interpreta «no mediado» la única

⁵ El criterio de atribución legítima (fundamento de la objetividad) remitía a la naturaleza del objeto de referencia, cualesquiera que sean los Actores de la comunicación y sus intenciones. En cambio, el criterio de selección legítima (fundamento de la significatividad) remite a un punto de vista que Ego y Alter comparten en el uso formal de la comunicación cualesquiera que sean los referentes de la comunicación y a las intenciones de los Actores.

significatividad posible que podría ofrecerse a Alter sería una experiencia inmediata del objeto de referencia; en este caso se da el paso desde la comunicación a la acción, y el objeto ya no es más un objeto de referencia, sino un *material* o un *percepto*⁶.

Sin embargo, el hecho de que deba de existir un punto de vista permite que sea posible manipular los datos de referencia, distorsionando su relevancia.

Por ejemplo, el mediador puede referirse a LA MANIFESTACIÓN desde el punto de vista de los efectos sobre el tráfico rodado. Este punto de vista determina, por ejemplo, que la cámara recoja datos referidos a los coches que aguardan en las calles confluentes con aquellas por las que desfilan los manifestantes. Aunque tales datos ofrezcan información objetiva y pertinente (desde ese punto de vista), la selección de estos datos tal vez sirva para excluir otros. En este caso, se pasa de la mediación a una intervención intencional, la cual tiene que ver con la praxis comunicativa, y se analizará en el próximo parágrafo.

4. ANALISIS DE LA VALIDEZ

4.1. Concepto de «validez»

La «validez» es una forma de indicar que *el conjunto* de los datos de referencia que se ofrecen son suficientes para situar a ese objeto de referencia en el contexto de aquellos otros con los cuales está relacionado a nivel material, cognitivo o de uso.

La objetividad y la significación de los datos de referencia son condiciones necesarias para la validez de esos mismos datos, pero no son condiciones suficientes.

Los datos utilizados en (2.1) son todos objetivos; en (3.1) se han señalado criterios formales que les hacen significativos desde puntos de vista determinados; sin embargo, no por ello se asegura que tales datos sean válidos en todo posible empleo de la comunicación.

Por ejemplo, los organizadores de la manifestación y la Policía Municipal llevan a cabo un recuento del número de asistentes. Los organizadores hacen su cálculo a la una de la mañana, cuando la mayor parte de la manifestación ha alcanzado el lugar de destino y se concentra en el punto de cita. La Policía Municipal hace el recuento a las once, cuando la cabeza acaba de llegar al punto de cita y los últimos manifestantes están saliendo del lugar de origen. En ambos casos se recurre a la fotografía aérea: los organizadores toman unas fotos en el punto de concentración, la policía en algún lugar del trayecto; unos y otros calculan el número total de manifestantes multiplicando la densidad de la manifestación por la longitud. El resultado que obtienen los organizadores resulta diez veces superior al que obtiene la policía; cada parte imputa a la otra que su información no es válida y está dispuesta a demostrarlo ofreciendo pruebas «objetivas», así como explicando los métodos que ha usado para obtener la cifra de asistentes.

La exposición que hemos hecho permite analizar el problema propuesto, demostrando que en realidad, tanto los datos de referencia de los organizadores como los de la policía no son válidos. Es evidente que las dos partes utilizan datos objetivos: puede decirse que en las horas H1-H2 y en los lugares L1-L2 había tantas personas por metro cuadrado, como demuestran las

⁶ Cfr. el tema precedente.

respectivas fotos aéreas; luego los datos de ambos cálculos pueden ser atribuidos al objeto de referencia.

También es cierto que los datos de referencia que se proporcionan son significativos, puesto que se está tratando de calcular aproximadamente la concurrencia a la manifestación. Pero tanto el cálculo de los organizadores como el cálculo de la policía contienen sesgos. El sesgo de los datos de referencia que ofrecen los organizadores deriva de que extrapolan a la longitud de la manifestación en marcha, la densidad que existe en el lugar de concentración cuando aquella está detenida, este sesgo abulta las cifras de los datos. El sesgo de los datos de referencia que ofrece la policía deriva de que sólo tiene en cuenta los manifestantes que en el momento de la foto ocupan algún lugar del trayecto, sin contar los que han llegado al destino, acumulándose en el punto de cita, y los que todavía no se han incorporado, aguardando en los alrededores del lugar de inicio. Este sesgo reduce la cifra de los datos. Los respectivos sesgos son la causa de que los datos de unos y otros sean igualmente inválidos.

Se comprende que el sesgo puede ser consecuencia de una concepción inadecuada del modo en que debe efectuarse el cálculo, o de una artimaña intencionada que seleccionaría el momento y el lugar más favorables, ya sea para maximizar los resultados del cálculo del número de asistentes o para reducirlos al mínimo posible.

Según el origen del sesgo derive de un error o de una artimaña, se trataría de una comunicación que está invalidada por un uso erróneo de los datos de referencia o por un empleo ilegítimo de los datos de referencia; en ambos casos el problema se sitúa en el uso intencional que se hace de la comunicación, o si se prefiere, en la dimensión de las prácticas comunicativas («praxis» comunicativa).

Tanto el uso erróneo como el uso ilegítimo de los datos de referencia son posibles en la comunicación, porque el mediador se refiere al objeto utilizando datos insuficientes o incompletos, aunque cada dato en particular sea objetivo y significativo⁷.

Se comprende que la validez es una cualidad de la comunicación que depende del conjunto de los datos de referencia: cuando los datos de referencia son suficientes para que el destinatario de la comunicación sitúe correctamente ese objeto de referencia en el espacio, en el tiempo y en relación con otros objetos, la comunicación ha asegurado la completitud de los datos de referencia; cuando los datos de referencia son insuficientes (falta de datos debida al sesgo informativo o al ocultamiento) porque no permiten situar correctamente ese objeto de referencia en el espacio, en el tiempo y en relación con otros objetos, la comunicación carece de completitud.

Las condiciones que garantizan la completitud de los datos de referencia quedan aseguradas:

— Cuando los datos de referencia proceden de expresiones en cuya obtención ha participado directamente el objeto de referencia o bien otros objetos de referencia; convienen al punto de vista y el conjunto de datos resultante no oculta o sesga datos pertinentes.

⁷ Cuando el mediador utiliza datos que no son objetivos (por ejemplo, imágenes de otra manifestación distinta) o que no son pertinentes (por ejemplo, estimaciones «a ojo» de un testigo presencial) la comunicación también es inválida; pero en este caso la invalidez es una consecuencia de la carencia de objetividad y de la carencia de pertinencia de los datos, en vez de ser consecuencia directa de una praxis comunicativa *no* válida.

Supongamos que la praxis comunicativa se orienta en el mediador a demostrar que las manifestaciones sindicales autorizadas refuerzan la democracia. Adopta como punto de vista formal una aproximación a la manifestación en cuanto expresión de las libertades; y dispone como datos objetivos de imágenes referidas al transcurso de esta manifestación, desarrollada legalmente, y al transcurso de otras que se desarrollaron sin autorización legal. Puesto que su demostración significa la comparación de un acontecer actual con otro del pasado, su praxis comunicativa no se alcanza con la sola referencia al objeto de referencia actual (LA MANIFESTACIÓN DE AHORA), sino que le obliga a referirse a otro objeto (LAS MANIFESTACIONES ANTERIORES AL RECONOCIMIENTO DEL DERECHO DE MANIFESTACION).

El mediador puede incluir datos que proceden directamente de unos y otros objetos de referencia, por ejemplo imágenes en las que quepa informarse sobre el distinto comportamiento de los manifestantes y de la fuerza pública, o el distinto despliegue y contenido de pancartas, banderas o siglas.

— Cuando los datos de referencia pueden ser atribuidos al objeto de referencia o a otros objetos: convienen al punto de vista y el conjunto de datos resultante no oculta o sesga datos pertinentes.

— Cuando puede ser afirmada la no-pertenencia de los datos de referencia al objeto de referencia o a otros objetos; convienen al punto de vista y el conjunto de datos resultantes no oculta o sesga datos pertinentes.

Para completar la anterior praxis comunicativa el mediador puede precisar referirse a datos estadísticos. Por ejemplo, introducir como datos de referencia el número total de manifestaciones que tuvieron lugar en el período en el que no existía el derecho de expresión y reunión y las que se han sucedido desde que esos derechos se reconocieron en la Constitución; el número de detenidos, contusionados o muertos. Atribuyendo (o no atribuyendo) esos datos a unos u otros referentes, y siempre que lo haga con exactitud, el mediador puede conseguir una selección de datos que satisfaga la necesaria completitud, y por tanto, sean válidos; en cuyo caso, su práctica comunicativa habría demostrado que la autorización de las manifestaciones refuerza la democracia.

El conjunto de datos de referencia (objetivos y significativos) que convienen para llevar a cabo una praxis comunicativa determinada constituyen los datos que completan esa praxis, y por tanto son válidos. *La validez del conjunto de los datos de referencia es una cualidad que tiene que ver con la completitud.*

Cada praxis comunicativa requiere sus propios criterios de completitud. En términos generales se sabe que un conjunto de datos son suficientes, cuando la información que proporcionan abren o cierran legítimamente las relaciones que ese referente tiene con otros, desde el punto de vista de esa práctica comunicativa.

- Se entenderá por «una apertura legítima del referente a otros referentes» aquel sistema de datos de referencia que establezca el repertorio de todas las relaciones que ese referente mantiene con otros y que son pertinentes desde la perspectiva de la práctica comunicativa.

- Se entenderá por «un cerramiento legítimo del referente» aquel sistema de datos de referencia que establezca el repertorio de todos los estados del referente que no dependan de las relaciones que mantiene con otros, y que son pertinentes desde la perspectiva de la práctica comunicativa.

En el ejemplo que se ha utilizado últimamente la inclusión en el sistema de datos de referencia de un repertorio de datos estadísticos sobre incidentes y de imágenes de otras manifestaciones no autorizadas puede considerarse como una apertura legítima, toda vez que la praxis comunicativa quiere demostrar que la autorización de manifestaciones refuerza la democracia. Si hubiera ocurrido que en esa manifestación concreta alguien hubiese producido algún desorden y fuese cierto que se trataba de un loco o de un provocador, sería un cierre legítimo ofrecer datos de referencia que informasen de la naturaleza fortuita de ese incidente en esa manifestación concreta.

En términos generales, los datos de referencia que finalmente entran a formar parte de una comunicación orientada por una praxis comunicativa, representan un sistema de datos. Como cualquier otro sistema, puede ser expresado en un modelo, por medio del cual cabe estudiar la validez, o si se prefiere, la completitud o incompletitud de tales datos. El lector tuvo ocasión de leer cómo se lleva a cabo ese análisis en el tema 6, por lo cual se ahorrará ahora una nueva exposición de los conceptos que ya conoce.

4.2. Validez y mediación

La referencia a la praxis se ha efectuado de una manera aséptica, sin mencionar hasta ahora que ciertas prácticas comunicativas son aceptables y deseables, en tanto que otras son inaceptables o indeseables. El ejemplo que se ha utilizado muestra una práctica comunicativa que persigue un objetivo aceptable, o incluso deseable, cuando el valor de las libertades democráticas de expresión y reunión resultase insuficientemente comprendido. En cambio si la práctica comunicativa tuviese por objeto servirse de esa comunicación a propósito de ese objeto de referencia, para generar en la audiencia odios y divisiones, parecería inaceptable e indeseable. Ahora bien los criterios «aceptable/inaceptable», «deseable/indeseable» remiten al dominio de los valores. Sin entrar en esta ocasión en el estudio de los valores concretos que cabe defender para la práctica comunicativa, conviene destacar que los valores están necesariamente complicados en el proceso comunicativo, porque no hay práctica comunicativa alguna que no lleve a cabo un cierre o una apertura de datos a partir de la cual se establecen, de forma explícita o implícita, juicios de valor sobre la realidad a propósito de la que se comunica. En consecuencia, los Actores de la comunicación, en la medida que deciden el empleo práctico que dan a los datos de referencia, están comprometidos con los efectos materiales, cognitivos, sociales que va a generar la comunicación (aunque esos efectos sean distintos a los que pretendían).

La circunstancia de que la comunicación se practique con un fin (explícito o implícito) orientado a obtener determinados efectos sobre el mundo material, el mundo social o el mundo cultural, tiene como consecuencia que exista una mediación intencional: el producto comunicativo que proporciona un conjunto de datos de referencia, expresa valores, intereses, motivos, necesidades de los usuarios de la comunicación. Si por «válido» se interpreta «no mediado» la única validez posible que podría ofrecerse, sería la que pasase por una experiencia mística entre un objeto ideal que permaneciese siempre idéntico a sí mismo, y un sujeto ideal que se dedicase a la mera contemplación. Toda vez que no existen ni tales objetos ni tales sujetos (al menos en nuestro espacio vital y en nuestro tiempo histórico), tampoco existe un sistema de datos no mediados por quienes se sirven de ellos.

No obstante, el hecho de que toda comunicación suponga una praxis que introduce la mediación de un uso intencional, sirve de base para manipular el sistema de datos de referencia, distorsionando su completitud. A lo largo de las páginas precedentes se han señalado varios ejemplos que ilustran tales distorsiones.

En términos generales las intervenciones sobre el conjunto de los datos de referencia que comprometen su validez se producen como consecuencia de dos clases de actuaciones:

- Se oculta el uso intencional de la comunicación. Por ejemplo, un mediador puede programar en la televisión películas, aparentemente con el fin de entretener a las audiencias las noches de los sábados. Pero si perteneciese a un partido político o secta que se opone al divorcio, en un momento en el cual se debate esa ley en el Parlamento, puede seleccionar títulos en cuyo argumento se muestren con trazos negros las consecuencias que el divorcio tiene para la familia. En este ejemplo el ocultamiento del uso de la comunicación afecta a la transparencia del proceso comunicativo, toda vez que los receptores ignoran que se está usando el medio para hacer campaña antidivorcista.

- Se declara el uso intencional de la comunicación, pero el sistema de datos de referencia que se ofrece no satisface las condiciones de completitud. Por ejemplo, en un programa de «opinión pública» se indica expresamente que se va a efectuar una encuesta sobre el divorcio en la población española. Si la muestra que se elige está sesgada (se aumentan intencionalmente los muy jóvenes o los muy mayores; los casados O solteros; las mujeres o los hombres; quienes tienen rentas altas o bajas; quienes residen en medios urbanos o rurales; quienes son católicos o no creyentes) este sesgo concluirá en datos de referencia que no son representativos del referente de la comunicación (LA OPINION del conjunto de la población española).

5. EL CONCEPTO DE COMUNICACION VERDADERA

Hemos sugerido un modelo de análisis de la verdad de la comunicación del cual puede concluirse la siguiente definición:

*La comunicación verdadera es aquella que utiliza datos de referencia objetivos, significativos y válidos*⁸.

- Una comunicación puede ser objetiva y, sin embargo, no ser significativa y válida: por ser objetiva se podrá decir de ella que utiliza datos de referencia que pertenecen al objeto de referencia, pero no que sea verdadera.

- Una comunicación objetiva puede ser significativa y, sin embargo, carecer de validez: por ser objetiva se podrá decir de ella que utiliza datos de referencia que pertenecen al objeto de referencia, y que esos datos son pertinentes para referirse a ese objeto, pero no que sea verdadera.

- Una comunicación objetiva y significativa puede ser válida: por ser objetiva se podrá decir de ella que utiliza datos de referencia que pertenecen al objeto de referencia; que esos datos de referencia que pertenecen al objeto de referencia son pertinentes para referirse al objeto y que son transparentes desde el punto de vista del uso que recibe la comunicación. De esta comunicación puede afirmarse que es verdadera.

Existen análisis de la comunicación que confunden la objetividad con la significación y ambas con la validez. También existen otros análisis que creen asegurada la verdad de la

⁸ No nos referimos a una verdad lógico-formal, para la cual será suficiente la consistencia interna de los datos.

comunicación cuando los datos de referencia cumplen algunos de estos requisitos. Desde el punto de vista epistemológico, tales análisis aparecen como un positivismo o un idealismo ingenuos.

- Cuando se ha establecido que una información es objetiva, sólo se ha mostrado que los datos de referencia que usa son confiables, es decir, pueden ser referidos al objeto de referencia. Queda aún por demostrar que son significativos y válidos.

- Cuando se ha establecido que una información objetiva también es significativa, se ha mostrado que los datos de referencia, además de confiables son explicativos, es decir, poseen relevancia para referirse al objeto desde algún punto de vista. Queda por demostrar que son válidos.

- Sólo cuando se ha establecido que una información objetiva y significativa también es válida, es decir, que los datos de referencia, además de confiables y explicativos son suficientes para servir a la praxis comunicativa, cabe hablar de comunicación verdadera.

El concepto de verdad que aquí se ofrece es *relativo* pero no arbitrario:

- Relativo con respecto al estado en el que se encuentra el objeto de referencia, estado del que depende la legitimidad de una atribución correcta de los datos de referencia a ese objeto.

Por ejemplo son objetivos los datos de referencia contenidos en una fotografía de la Plaza de España; pero esa objetividad desaparecerá el día en el que el lugar ocupado por la Torre de Madrid lo ocupe en la realidad un parque.

- Relativo con respecto al criterio formal de uso de los datos de referencia, criterio del que depende la legitimidad de una selección concreta de esos datos.

Por ejemplo son significativos los datos de referencia que informan sobre el crecimiento de la población española, si me estoy refiriendo a esa población desde el punto de vista de su evolución demográfica; pero esa significación desaparecerá si comunico a propósito de esa misma población desde el punto de vista de sus ideas políticas.

- Relativo con respecto al uso intencional del sistema de datos de referencia, práctica de la que depende la legitimidad de un cierre o una apertura de esos datos a la realidad material, social y cultural.

Por ejemplo es válido el sistema de datos de referencia que me permite referirme al estudio, para promover un interés hacia la formación entre los jóvenes; en cambio, no es válido ese mismo sistema de datos si mi interés consiste en servirme de esa comunicación para señalar los defectos que tiene el sistema educativo.

En la página siguiente se ofrece un modelo que resume el análisis de «la comunicación verdadera» que he propuesto en este tema.

6. NIVELES DE FALSIFICACIÓN DE LOS DATOS DE REFERENCIA

[SC]	[SR]	[SC]	[SS]	Clase de análisis
<i>Datos de referencia</i>	<i>Relación con el objeto de referencia</i>	<i>Relaciones con el criterio de uso formal del objeto de referencia de la comunicación</i>	<i>Relación con el uso intencional de la comunicación (praxis comunicativa)</i>	
(a) <i>Objetivos:</i> cualidad de <i>referenciabilidad</i> (atribución, negación de atribución legítimas del dato al objeto de referencia).	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Procede directamente del objeto de referencia;</i> • <i>Puede ser atribuido al objeto de referencia;</i> • <i>Puede ser negado que lo posea el objeto de referencia.</i> 	La objetividad del dato de referencia es independiente del criterio de uso formal del objeto de referencia de la comunicación.	La objetividad del dato de referencia es independiente de la praxis comunicativa.	Análisis de la PERTENENCIA del dato de referencia al objeto de referencia.
(b) <i>Significativos:</i> cualidad de <i>relevancia</i> (selección, exclusión legítimas del dato al objeto de referencia).	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Procede directamente del objeto de referencia;</i> • <i>Puede ser atribuido al objeto de referencia;</i> • <i>Puede ser negado que lo posea el objeto de referencia.</i> 	<i>y conviene al punto de vista.</i> <i>y conviene al punto de vista.</i> <i>y conviene al punto de vista.</i>	La significación del dato de referencia es independiente de la praxis comunicativa.	Análisis de la PERTENENCIA del dato de referencia respecto al objeto de referencia.
(c) <i>Válidos:</i> cualidad de <i>completitud</i> (apertura, cerramiento legítimos del sistema de datos de referencia).	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Procede directamente del objeto de referencia o de otros objetos de referencia;</i> • <i>Puede ser atribuido al objeto de referencia o a otros objetos de referencia;</i> • <i>Puede ser negado que lo posea ese u otros objetos de referencia.</i> 	<i>conviene al punto de vista</i> <i>conviene al punto de vista</i> <i>conviene al punto de vista</i>	<i>y no oculta o sesga datos pertinentes.</i> <i>y no oculta o sesga datos pertinentes.</i> <i>y no oculta o sesga datos pertinentes.</i>	Análisis de la TRANSPARENCIA del sistema de datos de referencia respecto al uso comunicativo de los objetos de referencia.
Dimensiones:	de «LO OBJETIVO»	de «LO SIGNIFICATIVO»	de «LO VALIDO»	
<i>Niveles de falsificación para llevar a cabo la verificación:</i>	Confiable	Explicativo	Suficiente	VERIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN
	(VERDADERO)			