

Reseñas / *Book reviews*

Abuso de la influencia en la comunicación pública. Letra pequeña y otros engaños, de Xavier Laborda. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, 2015. 202 pp. 18 €. ISBN: 978-84-9116-098-4. *Reseñado por Rosana Moya Isach, Universitat Jaume I*

Reseña recibida el / *Review received*: 09-05-2016
Reseña aceptada el / *Review accepted*: 30-07-2016

Xavier Laborda reúne en este ensayo seis estudios sobre la posición dominante de las instituciones públicas y de las grandes corporaciones empresariales en la comunicación pública. Para ello, analiza el discurso de casos reales para mostrar cómo las campañas propagandísticas y publicitarias de los organismos públicos y privados se convierten en recursos de autoalabanza e información sesgada en detrimento de los intereses del ciudadano y del consumidor. El trabajo se estructura en ocho partes. En el primer capítulo, el autor introduce los contenidos que trata en el libro, explicando brevemente cada uno de los escenarios que utilizan la «persuasión manipuladora» en su comunicación y que, en consecuencia, causan efectos negativos en el receptor y perpetúan la desequilibrada relación existente entre

gobiernos y empresas, por un lado, y audiencia, por otro. Esos escenarios, concretos en el espacio y en el tiempo, se sitúan en municipios catalanes y en un marco histórico que va de la posguerra a principios de este siglo.

Así pues, el segundo capítulo entra ya en materia y analiza los tipos de discurso que se dan en lo que Laborda denomina *literatura de papeleta*, es decir, en folletos y anuncios institucionales que, con unos rasgos textuales y contextuales propios, emplean lemas que elogian la colectividad y promueven la identificación social. En efecto, los considera como el mejor ejemplo de mecanismo ideológico de autohomenaje. Muestra, así, algunos eslóganes de campañas públicas catalanas desde finales de los ochenta hasta tiempos más recientes y analiza en profundidad varias

campañas concretas desde el punto de vista de la pragmática y de la retórica clásica.

El tercer capítulo está destinado al género epidíctico de los saludos de fiestas. Su estudio se basa en un corpus elaborado por el autor (*Celebratio* y *Oratio*), que consta de sesenta corpus de discursos epidícticos de programas de fiesta mayor. Concretamente, se refiere al corpus de Sant Cugat del Vallès, que recoge los programas de fiestas desde finales de los años veinte. Este apartado está destinado, pues, a la descripción de este género: sus partes, modalidades, rasgos característicos, recursos lingüísticos y fines comunicativos.

El capítulo cuarto aborda el estudio del contenido del boletín municipal de la localidad catalana de Manlleu en época de posguerra. El autor describe las diferentes etapas históricas por las que pasa el boletín (desde su enfoque conmemorativo de hechos bélicos, hasta su carácter religioso, político o cultural), corroborando así la importancia de sus discursos para la legitimación política y la identidad colectiva. También el siguiente capítulo está dedicado a otro boletín municipal, en este caso *La Voz*, de Sant Cugat del Vallès, en plena transición democrática. Basándose en el estudio de corpus, Laborda establece las características del boletín como género periodístico y repasa las tres etapas normativas por las que ha pasado la comunicación municipal

desde finales de los setenta hasta la actualidad.

El siguiente epígrafe, lo destina el autor a las repercusiones de la letra pequeña en documentos contractuales entre empresas y consumidores. A partir de una detallada explicación sobre ortotipografía y del análisis de una regulación normativa de la Generalitat sobre la información del consumidor, el autor analiza el contrato de adhesión como género, que es definido como un contrato innegociable donde el consumidor solo tiene opción de aceptar el servicio de la empresa en cuestión, que se lo vende mediante recursos propios de la retórica y la oratoria. Así pues, el abuso de la letra pequeña, junto con la sobreabundancia informativa, la focalización en aspectos positivos y la disimulación de los negativos, violan las máximas de cooperación discursiva (Escavy, 2008). Se trata de un género en el que conviven características de varios entornos comunicativos: en primer lugar, está presente la entrevista consultiva de negocios, planificada y con expresión estándar. Pero, a su vez, la alocución, con propósito institucional, también toma importancia, de manera que se da simultáneamente un intercambio de tipo interpersonal, social e institucional (Laborda, 2003). En el penúltimo capítulo, Laborda, como «ojo avizor» que lee entre líneas (Salvador, 2012), analiza el estilo de las campañas publicitarias de dos grandes empresas del sector energético (Gas Natural y Endesa), desvelando así sus estrategias engañosas mediante el estudio de los

actos de habla, del principio de cooperación y de las propiedades del texto.

Para acabar, concluye con un capítulo en el que sintetiza la idea que está explícita en el propio título del libro: el abuso de influencia de los organismos públicos y de las empresas en las comunicaciones a sus receptores no es únicamente una muestra de oratoria publicitaria y periodística, sino que también convierte esa interacción en un escenario simbólico de identificación social y legitimación institucional. Por tanto, este es un manual de referencia para los analistas de los discursos periodístico y publicitario que estén interesados en los enfoques pragmático y retórico. Del mismo modo, es indispensable para aquellos especialistas en comunicación e historia que opten por el estudio de la lingüística con fines específicos en comunicación corporativa, vinculada a las tradiciones –populares

y discursivas–, a los acontecimientos históricos y a la antropología. De esta recopilación de estudios sobre contenidos comunicativos variados, ubicados en el ámbito local y autonómico catalán, se pueden extraer conclusiones globales: discurso e ideología son inseparables cuando se trata de organismos con poder político y económico. Además de analizar estos discursos, Laborda también los caracteriza como «géneros en el marco de los corpus textuales», de manera que aporta herramientas a los investigadores. Por su lenguaje sin ambages ni florituras, por el uso de tablas sintetizadoras y esquemas explicativos y por las nuevas líneas de investigación que ofrece, es una obra de divulgación que, a partir de la denuncia de los abusos en comunicación, promueve las buenas prácticas, la responsabilidad argumentativa y la defensa del interés público.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ESCAVY ZAMORA, Ricardo** (2008): *Pragmática y subjetividad lingüística*. Murcia: Ediciones de la Universidad de Murcia.
- LABORDA, Xavier** (2003): «Comunicación verbal: humor y creatividad». en Mireia Bassols y otros: *Expresión, comunicación y lenguajes en la práctica educativa*.

- Creación de proyectos* (Págs. 111-130). Barcelona: Octaedro.
- LABORDA, Xavier** (2008): «Celebratio et oratio. Corpora de discursos epidícticos para el análisis de la comunicación institucional». *Linred* (núm. vi).
- SALVADOR, Vicent** (ed.) (2012): *L'ull despert. Anàlisi crítica dels discursos d'avui*. València: Tres i Quatre.