

Dader, José Luis y Campos-Domínguez, Eva (Coordinadores) *La cibercampaña en Castilla y León. Elecciones autonómicas 2015*. Universidad de Valladolid, 2017.

Un textito como éste ¿merece una presentación pública?

Después de leer este librito, pensé que sí, porque cada uno es libre de hacer el ridículo.

Recibí en mi correo electrónico la invitación para asistir a la presentación de este opúsculo y la grabación de las intervenciones. Después, pensé que recibía esos documentos porque el remitente debía de saber que he escrito más de una docena de columnas muy críticas sobre Dader como persona y sobre su categoría como investigador.

Pues bien, después de haber leído el textito u opúsculo que Dader presentó el día 9 de febrero en la Casa de Zamora, en Madrid y escuchado las diversas intervenciones, me he reafirmado más en mis puntos de vista.

Lo siento por los jóvenes que han intervenido en este trabajo

Lo que más siento de esta noticia y de este acto es que algunos de los intervinientes son jóvenes y creo que su estado mental recuerda la exposición humorística que hizo Eric Berne, hace muchos años, sobre este tipo de personas y que siguen siendo muy aplicable. Creo que, si hacen caso a Berne, evitarán tomarse muchas pastillas.

Estos jóvenes están buscando una teoría. Eso se ve claro. Tampoco hace falta ser un lince o un águila para darse cuenta de que aún no la han encontrado. Pues que se paren a contemplar su futuro, dejando aparte sus prisas por conseguir la aprobación de la ANECA, ese gran Manítú, como los indios algonquines denominaban al Gran Espíritu.

Como no creo en el sistema actual de la ANECA, y también he escrito y pienso seguir escribiendo sobre esta organización, me excuso de razonar más mi posición. El gran director de la ANECA fue Ángel Marcellán Español. Después de él, la decadencia.

Veamos lo que escribía Eric Berne: “Algunas observaciones introductorias referentes a factores implicados en la recolección de datos de cara a una teoría de...” (título verdaderamente modesto, pues es evidente que pasarán unos doscientos años antes de que la teoría propiamente dicha esté lista para publicarse). Su siguiente trabajo probablemente será: “Algunas observaciones intermedias referentes a ..., etc.” y luego “Algunas observaciones finales referentes a..., etc.” Habiendo acabado ya con las Observaciones, probablemente los títulos de sus obras sucesivas serán cada vez más cortos. Cuando tenga cuarenta años, habrá acabado con los prolegómenos y aparecerá su obra número seis: “Hacia una teoría de...”, pero casi nunca viene la teoría

propriadamente dicha. Si viene, y la séptima obra es la teoría misma, luego vendrá una octava obra titulada: “Lo siento. Volvamos a la antigua computadora”.

Eso es lo que con mucha probabilidad puede ocurrirles si siguen la estela de Dader.

Si no están dispuestos a llegar a los cuarenta años de esa manera, lo mejor que pueden hacer es aprender filosofía de verdad. Aunque ahora el pensamiento haya perdido tanto peso en las Universidades, lo mejor es no perder la filosofía que hayan aprendido en el Bachillerato y ampliarla todo lo que puedan.

Las falacias que rigen la conducta de Dader

Desde luego, en Dader no van a aprender filosofía, pues no siente interés alguno por ella. Como la desconoce, no aplica teorías potentes a sus trabajos. Lleva veinte años dedicándose a crear problemas en los Departamentos por los que pasa, y eso le ha hecho perder demasiado tiempo para la reflexión. “Teme al hombre de un solo libro”. ¡Qué gran acierto! Durante años y años, Dader se limitó a enseñar el *Periodismo de Precisión*, de Philip Meyer, aunque ahora lo haya relegado al último puesto en sus vías de “investigación”.

Entonces, ¿qué ha hecho para sustituir a Meyer? Pues cambiar una falacia por otra. Antes, cuando su ancla era Meyer, Dader estaba aferrado a la “falacia de la antigüedad”. Después, a la de la “novedad”. ¿En qué consiste esta falacia? El historiador David Hackett Fisher la clavó así: es un llamamiento a la modernidad, o la novedad, o la juventud. Su popularidad entre los historiadores es quizás parcialmente explicada por la anécdota de Marc Bloch acerca de otro gran erudito. “Había ido con Henri Pirenne a Estocolmo. Apenas llegamos, cuando me dijo: -¿Qué vamos a ver primero? Parece que hay un nuevo ayuntamiento aquí. Entonces, como para alejar mi sorpresa, agregó: “Si yo fuera un anticuario, tendría ojos sólo para lo antiguo, pero yo soy historiador; por eso amo la vida”.

Cualquiera que sea la explicación, el argumento de la novedad aparece de varias formas en la escritura histórica. Una de ellos es el hábito desafortunado, que los historiadores han formado y que el público ha animado, de asumir que hay que otorgar una importancia especial a un asunto si se puede demostrar ser cronológicamente primero en un cierto aspecto. David H. Fisher, con su gran sentido del humor, se ríe de quienes han cultivado esa falacia.

El modelo de investigación equivocado

Este librito, de 107 páginas, resulta engañoso desde varios puntos de vista.

El capítulo 2: “El escenario político en Castilla y León (1983-2015) es el más consistente de todo el textito, pero tal como aparece, resulta ser un relleno de 16 páginas. Es decir, no es esencial en esta obrita.

Lo que más llama la atención es que muestra hasta dónde se puede hacer el ridículo cuando no hay una teoría digna de tal nombre. Entonces, cualquiera de estos profesores jóvenes puede hacerle ver que por lo que demuestra este textito, sólo pueden acabar haciendo el ridículo.

Si Dader tuviera una teoría de la ciencia consistente, sabría que, ya hace mucho tiempo, un genio como Ronald G. Havlock y su equipo fueron capaces de sintetizar enormes cantidades de datos y descubrir los cuatro modelos subyacentes en los Congresos científicos: 1) Investigación, Desarrollo y Difusión; 2) Solución de problemas; 3) Interacción social, y 4) Enlace.

Dader, con su estilo autoritario, que lleva mostrando desde hace tantos años, basa su investigación en unas características de las Páginas Web que él ha tomado de otros autores que, a su vez, tienen como modelo el de la investigación, desarrollo y difusión. Quizá ellos han investigado; es exagerado suponer que Dader lo ha hecho. Este modelo no toma en cuenta la importancia del usuario, consumidor o votante. Y por eso tiene tantos fracasos.

Los neologismos no equivalen a inventar la rueda

Como Dader es de tan corto recorrido, porque se rige por la falacia de la novedad, no se da cuenta de que hay conceptos y tendencias que investigadores de verdad han descubierto hace mucho tiempo y que los de ahora están utilizando y actualizando. Como los arquitectos, para cualquier edificio, se basan en edificios anteriores. Ninguno es tan necio como para pensar que el edificio que está planificando va a salir solo de su cabeza.

Él habla de información movilizadora, como si fuera una invención de ahora. No. Que investigue lo que varios autores- Marshall D. Rossow, Sharon Doonwoy, David Lemert y Joseph Keeper- descubrieron a comienzos de los años noventa.

En cuanto a Big Data, ¿por qué no cita las 48 tipologías Mosaic como antecedente? Pues porque no lo sabe, porque ha dedicado demasiado tiempo a la agitación y a ejercer el poder de la “pequeña autoridad”, como dicen los brasileños, que le da la burocracia por la que siempre ha sentido tanta pasión. No se puede estar repicando y en la procesión. Él actúa como Balzac afirmaba de los malos periodistas: “Son como los carniceros: Viven de lo que han matado el día anterior”.

El mito del Unicornio para explicar el fracaso de este trabajo

Cuando lo que va buscando Dader no se ajusta a lo que él espera, utiliza el mito del Unicornio, que también y tan bien explicó Eric Berne.

“En el Unicornio, la hipótesis o el diagnóstico se estira o se recorta para que encaje con los datos recalitrantes. Así, en los experimentos de percepción extrasensorial, si el porcentaje de aciertos del sujeto no es satisfactorio, sus conjeturas en esta prueba pueden oponerse a la manera como salieron las cartas en la última prueba, o dos, cinco o diez pruebas antes, hasta que se encuentre una secuencia de cartas que coincida con sus conjeturas en esta prueba. Entonces puede afirmarse, con razón o sin ella, pero desde luego con poca seguridad, que aquél es un caso de telepatía diferida o clarividencia prematura. El mismo plan sigue el adivino que predice que en 1969 se verificará uno de los terremotos mayores de la historia. Cuando esto no ocurre, dice que tal vez transpuso una cifra, y que en realidad el terremoto será en 1996; o que tal vez sólo era la huella del recuerdo reencarnado del gran terremoto de

1699. ¿Qué gran terremoto de 1699? El de Rabaul, naturalmente. Bien, en Rabaul hay terremotos casi cada día, y cada año hay uno mayor que los demás. ¿O quizás era el gran terremoto italiano de 1693 lo que estaba re-experimentando? O sea que retrocedió 300 años y sólo estaba a seis años de distancia, y ¿quién iba a pelearse por un mero 2 % de error?”

¿A qué acude Dader para explicar que en Castilla y León no se cumple lo que él esperaba? A una explicación negrolegendaria: Los países latinos, los españoles y los de Castilla León no se parecen a los norteamericanos. Éstos siempre están dispuestos a explicar sus éxitos. Los de Castilla y León sólo han dicho el 20% de las cosas que han hecho, dice Dafne Calvo en la presentación. Mi respuesta es que demasiado han hecho los responsables de los partidos políticos que han respondido nada menos que a 52 preguntas de un cuestionario semiestructurado. Y en un formato tan rígido como es propio de Dader.

Dafne dio una vuelta de tuerca más: La comparación de las campañas de Castilla y León con la de Obama resulta odiosa. Otra nota negrolegendaria. ¿Qué ha hecho ese pequeño equipo para que cambien las cosas, aparte de hacer méritos para la ANECA?

Desde luego, los políticos de Castilla y León han tenido mucha paciencia para haber pasado por esa prueba. El lector ignora cuáles han sido esas preguntas. Y sus respuestas han tenido muy poco reflejo en el textito.

Sugiero a los jóvenes que aprendan a entrevistar como Capote o Halberstam y a emplear teorías y modelos más potentes

Estoy convencido de que los responsable de las campañas digitales hubieran respondido mucho antes y muy a gusto si uno o dos de los jóvenes les hubieran entrevistado como hacían Truman Capote o David Halberstam, entre otros. Siempre hay que ir a los mejores. Por eso, aconsejo a estos jóvenes que vayan con la memoria bien entrenada, sin grabar y pasando después al ordenador el recuerdo fiel de lo que les han revelado.

Antes me refería al modelo con el que funciona Dader, a pesar de que no se dé cuenta. Por eso, no avanza en sus trabajos. De ahí que no deje huella alguna en los políticos. Si los jóvenes que han trabajado –y reconozcámoslo, han currado, como decimos los españoles-, hubieran hecho sus preguntas desde los modelos de la interacción social, de la resolución de problemas o del enlace, seguro que los responsables de la campaña digital de los partidos les hubieran contado casi todo, porque hubieran comprobado que las preguntas eran útiles.

Y dentro de teorías concretas, la de Usos y Gratificaciones, las de la Recepción y otras resultan mucho más útiles. No voy a explicar más, porque me consta que hay otras investigadoras que, en otras parte de España sí están utilizando estas teorías para ser proactivas y no solamente reactivas. Estoy convencido de que, si en los dos próximos años, quienes han trabajado en este proyecto, ponen en práctica lo que ahora les digo, algún partido político o varios van a escucharles muy atentamente. Y pueden convertirse en una auténtica revelación en Castilla y León.

Encontrarán una mina de ideas en el libro *Comunicación Política, Internet y Campañas Electorales. De la Teledemocracia a la Teledemocr@cia*, de Javier del Rey Morató.

Dader, un fan de Donald Trump

Volviendo al mito del Unicornio, Dader habló, en la presentación, del gran agujero de Twitter en esta “investigación”. Entonces, de nuevo se ha atendido a la falacia de la novedad y, como Donald Trump utilizó esa red social, aquí tenemos al nuevo Dader: Un entusiasta del nuevo presidente norteamericano. Nada de esto aparece en el libro, pero sí, y abundantemente, en la grabación de la presentación del opúsculo. Hasta en siete ocasiones alaba la campaña de Trump. Éste ha vencido en todos los campos. Incluso, en los más insospechados. Desde superar a Hillary Clinton, que no supo utilizar a sus voluntarios en las últimas semanas, hasta saber orillar a la prensa y que ésta acabase trabajando a favor de los intereses de Trump. Desde no responder apenas a los mensajes de los votantes potenciales hasta saber utilizar el Internet oculto. Le salió bien hasta no dedicar apenas fondos la campaña digital, porque así el diseñador tuvo que hacer de la necesidad virtud y elaboró mensajes personalizados que luego resultaron muy útiles. Y no digamos el éxito que tuvo cuando ganó en 6 estados hasta 75 delegados por una pequeña diferencia, en cada caso, de 2.000 votos. Los teólogos definían el cielo como el conjunto de todos los bienes sin mezcla de mal alguno. Pues ahí está el cielo de Trump y su gran descubridor español. Eso sí, utiliza un estribillo: Lo que ha hecho Trump es muy bueno para ganar elecciones, aunque quizá no tan bueno para la democracia. Es mejor no pensar, por ser un futuro condicionado, qué hubiera dictaminado sobre Goebbels o Münzenberg como artistas de la propaganda.

No podemos olvidarnos del estilo de Dader de 2010

Que Dader no sabe definir los términos con los que trabaja es algo sobre lo que ya he escrito en diversas ocasiones. Compruebo que sigue igual: un desastre de estilo.

Recordemos cómo no sabía definir qué era la comunicación política:

«Comunicación política es la producción, difusión e intercambio de símbolos y representaciones cognitivas acerca de la política, con la consiguiente generación de percepciones y reacciones sobre la política»

Ante todo, el autor de esta «definición» da ya por supuesta la definición de política. Por tanto, esta «definición» viola una de las leyes de la definición: Lo definido no debe entrar en la definición (círculo vicioso: La Lógica es ciencia y arte que transmite las reglas lógicas).

Esta «definición» tampoco tiene una diferencia específica. Se parece a esas figuras de feria, en las que un visitante sólo tiene que poner su cabeza para fotografiarse con el vestido inmóvil que elija, sea un traje de torero o un faralaes. Si sustituimos la palabra «política» por perfumería (o cocina, o agrimensura, o timo, o pintura, arquitectura, escultura, jardinería, enterramiento, y así sucesivamente)... la «definición» valdría para cualquiera de ellas.

«Comunicación de la perfumería es la producción, difusión e intercambio de símbolos y representaciones cognitivas acerca de la perfumería, con la consiguiente generación de percepciones y reacciones sobre la perfumería».

O «Comunicación de los servicios funerarios (antes, pompas fúnebres) es la producción, difusión e intercambio de símbolos y representaciones cognitivas acerca de

los servicios funerarios/pompas fúnebres, con la consiguiente generación de percepciones y reacciones sobre los servicios funerarios/pompas fúnebres».

Por tanto, también viola otra de las leyes: La definición debe ser convertible con lo definido. Aquí, la «definición» es mucho más amplia que lo definido.

Incluso, la «definición» se adaptaría mejor a esos sectores de la realidad. Efectivamente, el autor emplea la expresión «percepciones y reacciones», en la que parece actuar la confusa presencia de una idea de conducta psicológica que no viene a cuento (las reacciones podrían ser hormonales; se adaptaría mejor a la cocina, perfumería, etc). Es decir, el autor debería haberse expresado así: «percepciones y reacciones políticas sobre la política». Con lo cual, habría puesto peor las cosas.

La «definición» incluye una redundancia identificada, con la ridiculez: «símbolos y representaciones cognitivas»: ¿cómo podría hablarse de símbolos sin representaciones cognitivas, o viceversa? ¿quién es el mago capaz de esa proeza?

Y así podría seguir reduciendo al absurdo otros artículos suyos.

... ni con el de 2017

Sólo presentaré una muestra:

“Pero incluso si se acotaba la contribución de las nuevas tecnologías a la búsqueda pragmática de la eficiencia electoral, al margen de perfeccionamientos democráticos mucho más utópicos – (nota a pie de página: En palabras de Stephen Coleman, “el marketing político se ocupa de ganar votos, no de charlar con el enemigo)- los moderados aumentos de las audiencias digitales, en materia de información política (falta la coma) corroboraban la idea de Ward, Gibson y Lusoli de que las Webs y soportes digitales de los partidos políticos, en particular, seguían siendo muy poco efectivas para la captación de las bolsas decisivas de los electores indecisos y que, en todo caso, serían otras herramientas del entorno *online*, como las plataformas de video tipo Youtube o la actividad de blogueros afines a los candidatos (falta la coma) los que podrían generar cierto valor añadido a la movilización de campaña mediante el activismo digital” (2017: 12).

¿Por qué los estudiantes universitarios han de resignarse ante un estilo con tanto índice de niebla? Al hablar, ajustamos la extensión de nuestra frase a la de nuestra respiración. ¿Por qué no hacerlo al escribir? Tienen derecho a respirar una vez por párrafos, no varias como en el de Dader.

¿Qué le importa a el receptor? Tampoco a la ANECA no le interesa el estilo. A quienes pagan su formación, como los estudiantes y sus familias, les interesa el estilo, y mucho.

Además, una de las características de Dader es que suele escoger la cita menos inteligente y la resalta como si fuera a iluminar las mentes. La cita de Coleman en el párrafo que he reproducido es una tontería. El marketing político tiene una estructura dialéctica y, en política, “pensar es pensar contra alguien”. ¿Qué sentido tienen, si no, los debates electorales?

¿Y qué decir de ésta: “la eficacia no está en el martillo sino en el carpintero que lo maneja”?

Balance:

Este opúsculo constituye el esfuerzo apreciable de unos jóvenes profesores que van por un camino que no lleva a parte alguna. Bueno, sí, a corto plazo, a conseguir unas migajas de la ANECA, pero no a sentirse orgullosos de sí mismos en el futuro, soplando en una armónica, cuando podrían interpretar piezas en un órgano.

Afirma Gustavo Bueno: “Podrá un músico genial haber tardado tres horas en escribir un *andante*, y otro, gran trabajador, pero sin genio, trescientas en escribir una sinfonía: pero el *andante* valdrá mucho, casi infinito, y la sinfonía valdrá poco, o casi nada. Nadie pregunta, sino en una nota al margen, ¿cuántas horas de trabajo invirtió Miguel Angel en su *David?*, y poco importa la gran ilusión que impulsó a un escultor vulgar al tallar su adfesio. En el arte, valdrá todo, porque no sólo suena un órgano de tres teclados, sino también una armónica; pero en la escala de los valores musicales, el órgano puede ocupar los primeros lugares y la armónica sólo los últimos.”

Felicísimo Valbuena de la Fuente
Universidad Complutense de Madrid
fvalbuena@gmail.com