

doble de VS, acostar-nos a la possibilitat d'aquesta anàlisi.

El volum s'obre amb una entrevista al mateix Searle que té, abans de res, el valor d'ésser un document de primera mà sobre el pensament actual de l'autor. La resta és un conjunt d'articles els autors dels quals compten entre els que més han contribuït a l'aplicació, en els camps més diversos, de la teoria dels speech-acts: Lakoff, Van Dijk, Kuroda, Ervin-Tripp, Gumperz, Fabbri i Marina Sbisà. Cap d'ells no estudia directament la teoria de Searle, però llurs escrits són una bona mostra de com s'aplica actualment la teoria dels actes del llenguatge.

Lakoff aborda un tema crucial, el de la qualificació dels actes de llenguatge. Van

Dijk, per la seva banda, escriu sobre la relació entre semàntica i pragmàtica. Kuroda, proposa una reformulació de la teoria dels speech-acts. Ervin-Tripp estudia les relacions entre una situació comunicativa concreta, la conversació, i un nivell lingüístic, el sintàctic. Gumperz relaciona l'anàlisi sociolingüística amb la teoria de Searle. Finalment, Fabbri i Sbisà presenten una anàlisi concreta.

En el seu conjunt, el número de Vs ve a sumar-se a la bibliografia indispensable (una bona part distribuïda entre les revistes: Communications, núm. 32; Langue Française, núm. 42; Linguistique et sémiologie, núm. 4 [1977] etc.) sobre la teoria dels actes del llenguatge.

J.M. Pérez Tornero

Crítica de llibres

Lluís Bassets (ed.), DE LAS ONDAS ROJAS A LAS RADIOS LIBRES. TEXTOS PARA LA HISTORIA DE LA RADIO. Edit. Gustavo Gili. Barcelona, 1981.

La radiodifusió aconpleix ara els seus primers 61 anys d'història. Paradoxal-

ment, en canvi, els textos que ens acosten al coneixement d'aquest mitjà de comunicació sonor són poc abundants; encara diríem més: el nombre de textos sobre la ràdio citats a Espanya és bastant ridícul. En aquest precari context bibliogràfic és laudable, lògicament, qualsevol aparició d'un nou llibre sobre la Ràdio; especialment, quan el contingut d'aquesta obra resulta bàsic i imprescindible per conèixer i comprendre la Ràdio dels nostres dies.

La col·lecció «GG Mass-Media» ens acaba d'oferir un nou material d'estudi radiofònic: De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio. Lluís Bassets, editor d'aquesta obra, assenyalava en la seva introducció que «es tracta

d'oferir uns materials per a la història de la Ràdio, seleccionats sota el criteri central d'explicar la peripècia i problemes que planteja la reivindicació, observable ja en els inicis, de llibertat total per emetre i rebre». A través de tretze textos i gairebé 300 pàgines, aquesta obra ens situa en una talaia privilegiada per observar aquest horitzó radiofònic des d'una perspectiva francament immillorable.

El primer text és un treball de Peter Dahl, escrit en 1977, sobre el moviment de les ràdios obreres a la República de Weimar. Des de 1923 a 1932, Peter Dahl enfoca la breu història de la ràdio alemanya a la República de Weimar com el resultat de les aspiracions dels oïdors pertanyents a la classe treballadora que, agrupats en els ràdio-clubs obrers, fundaren les ràdios obreres per tal d'enfrontar-se amb el monopoli estatal imposat pels governants socialdemòcrates. Pres com a referència analítica el mateix període històric, Bertolt Brecht ens presenta en el segon text d'aquest llibre una sèrie de reflexions històrico-político-comunicatives sobre quina cal que sigui la vertadera funció de la Ràdio: «convertir-la d'aparell de distribució en aparell de comunicació». Els treballs de Bertolt Brecht sobre la Ràdio, elaborats entre el 1927 i el 1932, constitueixen un dels primers tractats teòrics sobre aquest mitjà, la vigència del qual ha estat àmpliament reconeguda per tots aquells moviments de ràdios alternatives sorgits en la dècada dels 70. El tercer text és un breu i corrosiu comentari de Boris Vian sobre la Ràdio, a partir de la seva funció musical. L'autor, influït pel context cultural immediatament anterior al 68, critica el monopoli estatal francès sobre la Ràdio i critica també, amb el seu especial sentit de

l'humor, el negoci-xantatge que determina la programació musical de les emissores comercials. Un esment especial mereix el quart text: «Aquí la Veu d'Argel...» escrit pel ja traspassat Frantz Fanon, dirigent ideològic del Front d'Alliberament Nacional Argelí. Franz Fanon estudia amb força detall els trets de la cultura colonial francesa a Argel ocupat, expressats en la programació de Ràdio Argel, i aborda amb un ro bastant objectiu les actituds psicopatològiques dels argelians a partir de 1954, quan es planteja l'ús de la Ràdio com una forma de lluita anticolonialista. Després, en 1956, amb el naixement de «La Veu d'Argel Lliure», tal com indica Fanon «l'adquisició d'un ràdio-receptor suposa l'únic mitjà per tal d'entrar en contacte amb la Revolució». Dos textos sobre la història de Ràdio Espanya Independent, batejada per la «Pasionaria» amb el cèlebre nom de «La Pirenaica», i la història de la radiodifusió a Amèrica Llatina — un treball molt recent de Raul Ricardi, funcionari de les N.N.U.U. a Nova York — completen la primera part del llibre De les ones roges a les ràdios lliures.

La segona part d'aquesta obra, titulada «La revolució radiofònica dels 70», ens introdueix ràpidament en els orígens i desenvolupament de les ràdios lliures europees. El text de Marco Gaido, després de descriure els avantatges que suposà l'emissió en modulació de freqüència a principis dels 70, analitza l'aparició de les ràdios locals-FM en els Estats Units i la seva particular transformació de progressive FM a Commercial radio, per a finalitzar apuntant alguna de les característiques de les ràdios alternatives italianes. El text de Patrice Flichy revela una curiosa identitat: l'aparició de les ràdios locals a l'Europa

Occidental coincideix amb la crisi del monopoli polític de les radiotelevisions públiques. Els quatre darrers textos del llibre ens ofereixen cadascun un estudi detallat del desenrotllament de les ràdios lliures en un ecosistema particular: el «cas italià» (Giuseppe Richeri i Umberto Eco), les ràdios lliures franceses (Fèlix Guattari) i la lluita per la llibertat d'emissió a l'Esanya postfranquista (Emili Prado). El text d'Emili Prado té un valor especial pel fet d'ésser l'estudi més seriós i documentat realitzat fins el present sobre les ràdios lliures a Espanya, les característiques de les quals resten fixades i representades en un decàleg, en el qual, a mode de considerats i propòsits, el col·lectiu barcelonès «Ona Lliure» expressa la base «ideològica» de la seva lluita per la llibertat d'emissió.

Una interessant cronologia de la història de la radiodifusió i les ràdios lliures (1894-1980) i un apèndix bibliogràfic sistematitzat en quatre apartats, conclouen aquest nou títol de la col·lecció «GG Mass-Media».

Armand Balsebre

MASSCOMMUNICATION-REVIEW
YEARBOOK. G. Cleveland Wilhoit Editor.
Harold de Bock Editor associat. Sage
Publications. Volum 2, 1981.

El comitè editorial està format per personalitats internacionals del món de la comunicació entre les quals esmentarem com a exemple: Francis Balle, de París; Denis Mcquail, d'Amsterdam; James D.

Halloran, de Leicester; i Vidal Beneyto, de Madrid.

Es tracta d'una publicació anual, el primer número de la qual aparegué el 1980, que pretén de realitzar una síntesi de tota la tasca de recerca que es realitza en els diferents països, sobre matèria comunicativa en general.

Aquesta publicació confessa dos grans objectius, el primer és el de publicar anualment en un sol volum els treballs de més consistència i d'una validesa suposada més duradora en la recerca sobre comunicació col·lectiva, i el segon intenta d'accelerar l'augment de les relacions entre les escoles americanes i europees.

Per tal de seleccionar els treballs que hauran d'ésser publicats, existeixen 38 membres de diverses institucions universitàries i instituts de recerca pertanyents als diferents països. A cadascun d'ells li és atribuït un espai el qual han de supervisar. Els treballs que es considerin més interessants han d'ésser seleccionats i recomanats per a la seva publicació. A partir d'aquestes recomanacions, es confeccionen els yearbooks, naturalment després d'una deguda selecció.

Els anuaris estan organitzats en vuit seccions diferents com a màxim i en el primer volum s'hi publiquen 47 treballs, mentre que en el segon hi ha treballs d'investigadors joves i de peoners com Wilbur Schramm i Kurt Lang.

Les tendències que hi predominen depenen de les distintes escoles i dels continents. Entre els europeus hi domina l'interès per la relació entre la teoria social i la recerca comunicativa; entre els americans predominen les recerques sobre els efectes de la comunicació, però també hi ha nombrosos treballs de relació amb la psicologia

social. Ambdues preocupacions, l'europea sobre la teoria social i l'americana sobre la psicologia social, mostren uns intents d'emulació de part de la incipient ciència comunicativa, de les disciplines tradicionals de les ciències socials.

Els vuit capítols que organitzen els diferents treballs de recerca seleccionats són els següents:

I) Perspectives Teòriques. II) Estratègies de recerca i Metodologia. III) Comunicació política. IV) Informació-Recerques. V) Crim i violència a la comunicació de masses. VI) Impacte de la comunicació massiva: Televisió. VII) Internacional i recerca comparativa. VIII) Política de recerca.

Jordi Berrío

Jürgen Habermas, HISTORIA Y CRÍTICA DE LA OPINIÓN PÚBLICA. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1981. 351 pàgs.

Amb aquest nom s'ha traduït l'obra *Strukturwandel der Öffentlichkeit Untersuchungen zu einer Kategorie der Bürgerlichen Gesellschaft*, apareguda l'any 1962. En l'obra que tenim a les mans, el concepte d'*öffentlichkeit* se'ns presenta com a fonamental. El mot alemany té molt més abast que el llatí «públic» i també inclou els continguts semàntics de «publicitat» i «d'opinió pública». Conseqüentment, el traduirem per «publicitat», però tindrem en compte tota l'extensió significativa que hem anunciat suara.

No hi ha dubte que lligat al concepte de

«públic» tenim el seu contrari, «privat». Si el primer es refereix a allò que és pertanyent a la comunitat, al poble i també als afers públics, i a la política, el segon es referirà a la parcel·la que correspon als individus, o sigui relatiu o pertanyent als particulars. Una tal distinció, des de la nostra perspectiva, sembla molt clara, ens és molt familiar; però per poc que hom rastregi el sentit històric dels termes, veurà que l'assumpte es complica. Els mots indicats es refereixen a aspectes, institucions, fenòmens de la vida comunitària que són característics d'algunes societats actuals: concretament, les que han estat dirigides — i aquí «dirigides» pren un sentit molt ampli car, ultra la direcció política, vol indicar també l'econòmica i la cultural— per la burgesia com a classe social en tots els seus nivells. La relació públic-privat, tal com l'entendem ara és característica de les societats desenvolupades de règim econòmicopolític liberal. En les anteriors formacions econòmico-socials, les esferes corresponents a la privacitat i a la publicitat eren unes altres, o bé no existien.

Jürgen Habermas ens explica el contingut i l'abast d'aquest doble fenomen comunicatiu i la seva importància per a les societats. Ho fa en una visió diacrònica, acostada encara al materialisme històric, malgrat les desviacions i allunyaments que hom li atribueix, característics, per altra banda, de la segona generació de l'Escola de Frankfurt. En aquesta obra Habermas inicia el seu camí vers la concreció d'una metodologia aplicable a les ciències socials, apartada de l'empírico-positivista, però que tanmateix pugui cobrir les llacunes i les estretors del marxisme clàssic; una metodologia que s'apunta aquí i que l'anirà perfilant en les seves obres poste-

riors, sobretot en Logik der Sozialwissenschaften; una metodologia que podríem qualificar de comprensió hermenèutica.

Arrenca del món feudal, per tal de veure la gènesi de la comunicació burgesa en formació, fins arribar a la seva definició més plena amb la filosofia i l'economia, en un mot la societat liberal, per acabar, finalment, criticant la darrera fase de la societat burgesa, la neocapitalista de l'Estat benefactor.

La concepció burgesa de la publicitat que ha arribat fins a nosaltres s'oposa al sentit medieval d'allò que era considerat com a públic. A l'Edat Mitjana la publicitat és un atribut de les classes dirigents de la societat. El senyor feudal, el rei, que fruïen d'una determinada posició, la representaven públicament; apareixien com la materialització del poder. El rei, la noblesa, l'alt clergat, eren el país, podien representar el país perquè l'eren. En el món medieval no existien les esferes de la privacitat ni de la publicitat diferenciades. Els vassalls no tenien una vida privada legalment reconeguda, així com tampoc tenien una economia privada; però, d'altra banda, els seus actes mai no tenien una transcendència pública. Ben al revés, la noblesa representava la vida pública per definició; la seva existència era un aparador on s'emmirallava tota la societat; és el que Habermas anomena «Publicitat representativa». Ells representen el seu domini, en lloc de per al poble, davant el poble. L'evolució de la publicitat representativa està lligada als atributs personals: «a insígnia (condecoracions, armes), hàbits (vestit, pentinat), gestos (maneres de saludar) i retòrica (forma de les al·locucions, discursos solemnes en general). És un codi estricte del comportament «noble». El noble és

allò que representa, car la seva funció social és representar; el burgès, en canvi, serà allò que produeix. El noble ha de semblar; el burgès ha d'ésser; si es proposa també de semblar, apareix com a cursi i vulgar.

L'opac poble medieval ve substituït posteriorment pel públic burgès, que és sobretot un públic comprador i venedor, però també un públic lector i un públic que opinarà sobre la funció pública. D'aquesta manera, es creen uns espais dins les societats modernes als quals correspon els qualificatius de «públic», «comú», «interpersonal». Uns espais on les idees, les informacions, és a dir, tots els seus continguts, prenen una dimensió especial: esdevenen factors socials públicament actius. Es tracta de circumscripcions en les quals els temes tractats són subjecte d'opinió de part de persones privades, quan abans eren monopoli dels grups dirigents i sostrets al criteri racionalitzador de la burgesia. Ara, qualsevol ciutadà estarà capacitat per a emetre opinions sobre aquestes qüestions. D'aquesta manera, els espais a què ens referim seran regulats per l'opinió pública, la qual no hem d'oblidar que està formada per actituds privades i que s'oposarà a l'esfera del poder públic. Es tracta del que en l'obra que comentem s'anomena «publicitat burgesa» i que en matèria política té la finalitat de la regulació dels afers públics a partir de les experiències purament privades i intimistes de la família, del negoci, etc.

Tot aquest món esbossat es desenvolupa en un espai físic concret: la ciutat, i dins d'ella sobretot en certs llocs i establiments com cafès, clubs, sales de reunió, etc. Per oposició a la cort, la ciutat no és solament el centre econòmic vital de la so-

cietat burgesa sinó, especialment, el d'una publicitat literària.

La cristallització d'aquest espai públic és el parlament, òrgan suprem de transparència informativa de les qüestions que són d'interès general. La institució dels parlaments burgesos ha de vèncer la tradició anterior segons la qual els afers públics són matèria reservada a les classes dirigents, i ha de conquerir un espai de discussió racional dels temes del comú. Per tot això, Habermas considera que el liberalisme de principis de la revolució industrial en alguns dels països avançats d'aleshores, tals com la Gran Bretanya, França, Els Estats Units, etc. constituï l'expressió més plena de tots aquests aspectes que hem resumit suara i que són els fonaments de la comunicació en les societats burgeses.

L'Estat liberal avui ja no existeix, com tampoc la societat que el sustentava. Les societats i els Estats actuals, derivats uns i altres dels liberals, ja no guarden la mateixa relació públic-privat. L'esfera del privat, de la família, de l'individu, dels negocis s'ha vist envaïda i desvirtuada per la intervenció de l'Estat. Sobretot, l'esfera pública ha estat, al seu torn, desvirtuada com a lloc d'encontre d'opinions i d'interessos expressats i defensats lliurement. Interessos privats, de grups oligàrquics, tant econòmics com polítics, imposen la seva llei al conjunt, al públic consumidor, al ciutadà polític, a l'audiència, com si es tractés d'un fet d'interès públic. Els venedors no confessen que el que volen és vendre, sinó que els seus anuncis ens fan creure que aconsegueixen no sé quines funcions socials. Els polítics mai no confessen llur sotmetiment a grups privats, sinó que basen la seva propaganda en els suposats in-

teressos de la comunitat. Per altra banda, el Parlament ja no és el lloc on es discuteixen públicament les diferents raons particulars en una funció de publicitat, o ho és cada vegada menys, sinó que esdevé un teatre on s'escenifiquen els acords presos en transaccions polítiques obtingues segons una tècnica mercantil. D'aquesta manera, a les societats capitalistes avançades, es dilueix d'una manera creixent la distinció entre dret públic i dret privat. Però en aquest procés hom no hi pot veure un progrés vers l'autodeterminació democràtica de la societat, sinó més aviat una mediatització de l'Estat i del públic als interessos de grups particulars i minoritaris. Per causa d'això, Habermas descriu un fenomen de «refeudalització», que consisteix en una confusió entre els límits del que és privat i el que és públic. No cal dir que aquest procés ens allunya de l'assoliment de situacions més democràtiques.

L'obra d'Habermas apareix traduïda tard al castellà, ja que han passat vint anys des de la seva publicació en alemany, però val a dir, i no és un tòpic, que conserva tota la seva actualitat, almenys per a nosaltres, ciutadans, catalans, espanyols, que a les acaballes del segle XX estem, com hi ha món!, intentant de fer la revolució política burgesa. I té una gran actualitat al Principat, on el debat públic-privat, on la publicitat burgesa està i ha estat en una clara oposició a la nova publicitat estatal. Jo crec que Habermas aporta noves claus per a la interpretació de moltes de les coses que han succeït els darrers anys a l'Estat Espanyol, així com també al debat que hi ha entre públic-privat pel que fa a l'ensenyament, als mitjans de comunicació i al camp empresarial. A Catalunya, l'esfera

del públic, l'esfera estatal, ha estat i és d'una insuficiència pregona i alhora d'una no menys pregona duresa. Les institucions, les persones i les funcions estatals han tingut un caire clarament representatiu (ens referim a la publicitat representativa medieval). Hi havia i hi ha un poder llunyà indiscutible i indiscutit, però alhora terriblement ineficaç. Per altra banda, la publicitat burgesa funcionava a cor què vols i proporcionava al país les bases racionals per a l'establiment d'una dimensió organitzadora i estructural mínimes per al desenvolupament d'una societat avançada. A Catalunya encara lluitem; potser estem perdent la batalla però lluitem, en contra dels residus del poder feudal tradicional i també en contra de la refeudalització de la societat, per l'existència d'un Estat expansiu que vol confondre i abastar les esferes de la publicitat burgesa, una vegada anorreades violentament les de la publicitat obrera, per cert oblidada per Habermas en la seva obra. Com sempre ocorre, el problema nacional ha donat una dimensió profunda i original a les tensions dialèctiques que s'han produït per l'evolució de l'aparell productiu, i sobretot pel paper de la burocràcia. El fet nacional fa que més d'un no consideri que en el nostre context no siguin més progressistes les institucions nascudes dins el marc i la funcionalitat de la publicitat burgesa que no pas les públiques generades per l'Estat —un Estat mig feudal mig benefactor).

Però, encara, Habermas ens proporciona, segons el meu parer, unes claus per entendre profundament el comportament de les classes i els estaments espanyols. Sembla molt clara l'adscripció a la publicitat representativa de part de les classes tradicionals espanyoles i, sobretot, de part

d'estaments com són els militars, el clergat i els funcionaris. Les classes tradicionals espanyoles són Espanya i per això la poden representar i creuen que l'han de representar davant el poble. No se senten, per tant, amb el deure de donar comptes de la seva funció al poble ni a les seves institucions civils. Els afers polítics, els negocis, són matèria consubstancialment reservada. Quan els periodistes volen donar a conèixer aquesta temàtica al públic, el que fan és pervertir l'ordre natural i posar en perill la seva funció de representació. Tampoc es reconeix al Parlament la seva funció de discussió racional i pública; els intents de privatitzar-ne les discussions seran tan forts com ho siguin els seus intents de publicitat.

Així, doncs, diríem que els conceptes d'Habermas ens autoritzen a dir que a l'Estat Espanyol conflueixen les restes de funcions de la publicitat representativa que encara hi ha entre determinats grups i estaments, amb la refeudalització que ens arriba a partir del nou ordre econòmic de l'Estat interventor.

Esperem que l'obra d'Habermas, amb tota la càrrega polèmica que posseeix, que manté encara bona part de la seva actualitat, malgrat l'acabament de l'etapa expansiva del capitalisme internacional, pugui obrir entre nosaltres un debat clarificador. Un debat que ens ajudi a penetrar definitivament al món modern amb totes les seves misèries i virtuts.

Jordi Berrío

En el conjunt de l'obra semiòtica d'Umberto Eco, Lector in Fàbula acompanya, no hi ha dubte, una funció exploratòria. S'assembla, doncs, a Apocalípticos e Integrados o a La estructura ausente, tots dos llibres carregats d'interrogants, problemes i suggeriments, allà on el saber encara no s'ha organitzat encara en sistema —cosa que sí que ocorre, en canvi, en el Tratado de semiòtica general, posem per exemple.

Oberta, si més no, en dos sentits: per un cantó, no pretén de tancar els problemes que estudia sinó que, al revés, cerca de plantejar interrogants o, en tot cas, suggerir solucions; per altra banda, LIF està íntimament connectat amb altres textos d'Eco (fonamentalment Obra Abierta, 1962; La estructura ausente, 1968 i Tratado de semiòtica general, 1975), fins al punt que adquireix sentit en relació amb ells. Finalment, tot això proporciona al llibre un caràcter de provisionalitat molt marcat, és a dir, d'hipòtesi exploratòria i d'especulació teòrica.

En aquestes circumstàncies, qualsevol comentari crític de LIF ha de tenir en compte els altres llibres de l'autor. Així, la tasca esdevé doblement interessant, però adquireix, no hi ha dubte, un abast de difícil cabuda en unes poques pàgines. Per aquesta raó, —i sense que descartem ocupar-nos de la crítica en un altre lloc— aquí intentarem senzillament presentar al lector allò que se'ns apareix com les arestes més sobresortints de l'obra.

Recepció i lector model

LIF s'ocupa d'un problema específic

d'allò que, en general, es denomina pragmàtica del text, concretament, de la cooperació interpretativa en el text narratiu. La idea central que guia aquesta interpretació és que el text mai no és una estructura tancada i perfecta sinó que sempre permet la lectura i interpretacions varies; en definitiva, és més una proposició que no pas una imposició. D'aquí ve que adquireixi un relleu especial la qüestió del seu ús i que ens troben ineludiblement abocats a considerar el paper del lector i de les lectures.

Ara bé, orientar-se vers allò que hom ve anomenant una pragmàtica del text, no ha de suposar entrar en la quasi infinita casuística dels lectors individuals o dels racons de cada lectura. Eco ha assimilat perfectament això i proposa com a concepte central de la seva teorització la idea de lector model. Es tracta d'entendre que, malgrat el fet que un text pugui ésser llegit per lectors molt diferents —dotats tots ells de competències diverses— el cert és que, d'alguna manera, qualsevol text preveu i postula un lector ideal. D'aquesta manera, els textos es construeixen en funció d'un lector específic, al qual se suposen unes determinades competències, i, així, tracen un recorregut de lectura alhora que estipulen quin lector haurà de travessar-lo («un text no és un producte la sort interpretativa del qual hagi de formar part del seu propi mecanisme generatiu: generar un text significa aplicar una estratègia que inclou les previsions dels moviments de l'altra», p. 79).

Justament és aquest raonament el que estableix un criteri del concepte de pertinença per a la pragmàtica textual i permet, per tant, la teorització científica. A partir d'aquí el llibre d'Eco se centra, de

forma explícita, en la consideració d'una mena de textos, els narratius, i d'una qüestió concreta, els procediments de cooperació interpretativa del lector.

La legitimitat teòrica

Després d'un primer capítol introductori, Eco intenta tot seguit de buscar en la tradició semiòtica alguns plantejaments que puguin «anticipar» la qüestió que tracta el llibre. Sembla, doncs, que intenti legitimar la seva aproximació. I és concretament Peirce el qui li permetrà la troballa de la legitimitat.

L'arrancada de la teorització d'Eco s'aprecia en el seu intent de compaginar la seva teoria del text: dit d'una altra manera, de relacionar la significació d'un signe aïllat amb el procés de significació en un text. Per a una tal cosa recorre a un raonament esbossat ja per Greimas (Cf. Greimas, «Les actants, les acteurs et les figures», en Chabrol, C. (ed.), *Semiotique narrative et textuelle*, París, Larousse, 1973): un semema —cal entendre un signe aïllat— conté en si mateix els seus possibles desenvolupaments textuels, cosa que significa que «el semema és una instrucció orientada al text». A partir d'aquí, Eco intenta descobrir en Peirce, com a fundador de la semiòtica, alguna conceptualització semblant, i, després d'entretener-se en l'exegesi de conceptes com «ground», «objecte dinàmic», «objecte immediat» i «interpretant», ve a afirmar que el pragmatisme nord-americà sostingué que «el significat d'un terme conté virtualment tots els desenvolupaments (o expansions) textuels possibles» (p. 49).

D'aquesta manera, assistim a la legitimitat de la «demarche» del propi Eco.

Discurs i narració

En d'altres capítols, Eco segueix la distinció efectuada per Greimas entre les estructures discursives i les semionarratives (narratives sense més en Eco). En les primeres hi posa dos fenòmens: el del «tòpic» denominat per altres autors tematització, i el de les isotopies (concepte elaborat per Greimas en *Semantique structurelle*. París, Larousse, 1966). En les estructures narratives situa els problemes relacionats amb la trama; en canvi, deixa en un apart —en una relació un xic confosa— les funcions actancials.

De tots aquests, el problema més extensament tractat és el de les isotopies. Perfilat fins a set casos possibles de redundàncies isatòpiques prenent com a criteri de classificació tres variables fonamentals: 1) que es limitin a la ració o no; 2) que presentin disjunció paradigmàtica o sintagmàtica; 3) que generin o no històries complementàries. D'aquesta manera, construeix un model deductiu que preveu els diversos tipus de textos. Sense discutir la utilitat de la classificació, hom té la impressió que sobra una certa prouja d'exhaustivitat en el tractament d'aquest tema.

Pel que fa a les estructures narratives —més abstractes que les discursives— Eco és molt més escuet. Parla de la trama, de la fàbula i de com en qualsevol text, narratiu o no, sempre és possible de trobar una certa dimensió narrativa.

Text i lògica

Dos capítols complets del llibre estan dedicats a estudiar les operacions —d'ordre fonamentalment lògic— que es realitzen en la lectura. Una, encara, la qüestió

de les previsions i expectatives del lector, junt amb allò que Eco anomena «passejos inferencials». L'altra, conseqüència de l'anterior, destaca un dels temes fonamentals de la lògica moderna: la dels móns possibles.

Un món possible s'entendria com «un estat de coses expressat per un conjunt de proposicions», o bé com un desenvolupament d'esdeveniments (pàg. 181). Ara bé, l'important, el món possible se situa com a referent immediat i virtual d'un text i arriba a configurar el criteri de realitat del propi text. Pres això en consideració, l'esforç d'Eco va adreçat a explicar de forma rigorosa i sistemàtica les propietats i característiques dels «móns».

Aplicació pràctica

Finalment, Umberto Eco presenta dues anàlisis concretes en les quals intenta desenrotllar les conceptualitzacions teòriques anteriors. Poden entendre's, doncs, com una il·lustració exemplificadora.

Els textos elegits són *El mercader de dents*, de Sulzberg i *Un drama molt parisenc*, l'A. Allais. En tots dos l'autor realitza una anàlisi minuciosa: però, a més, del segon ofereix un test empíric —concreta-

ment, els resums que en fan un grup de lectors, a partir del qual resum proposa definir el lector model. D'aquesta manera, el lector model construït pel mateix text resta confrontat amb els resultats de l'enquesta que reflecteix les actituds del «lector mitjà».

Des del nostre punt de vista, l'interès que comporten aquestes anàlisis és, fonamentalment, pedagògic i, en aquest sentit, serveixen com a complement interessant de la teoria.

Resumint, el llibre d'Eco és un esforç per a submergir el lector en els problemes essencials de la pragmàtica textual. Després de la seva lectura hom té la impressió d'haver realitzat una mena de viatge-capbussada per la bibliografia més actualitzada del tema i, en aquest sentit, el lector queda una mica confós, podria dir-se que, àdhuc una mica desorientat. Malgrat això, la mena d'escriptura d'Eco, reflexiva i apassionada alhora, en un constant afany de coherència, i la continuïtat del raonament presagien una obra més sistemàtica, ja sigui en un llibre pròxim d'Eco, ja sigui en l'activitat de cooperació interpretativa de part dels lectors.

J.M. Pérez Tornero