

PRESENTACIÓ

La manera com s'organitzen les formes de comunicació en el si de les societats constitueix un dels aspectes més representatius i vistosos de llurs estructures. Tal com és conegut, hi ha una correspondència necessària entre el desenvolupament de l'aparell productiu, de les formes de vida d'una comunitat i els seus models comunicatius. Serà, doncs, en el marc general de la societat on aquests models comunicatius tindran vigència i sentit.

Paral·lelament, la reflexió teòrica que intenta de donar compte dels fenòmens comunicatius i d'explicar-los només té sentit, i en el fons només pot realitzar-se, en el marc abastador d'una teoria general de la societat. Les diferents postures teòriques relacionades, tal com hem dit, amb concepcions generals de la societat, representen els diferents grups i interessos que s'hi mouen. En aquest ordre de coses, els estudis contemporanis sobre comunicació s'iniciaren a causa de les necessitats del capitalisme nordamericà en el grau de desenvolupament que li era propi vers la tercera dècada del segle. De la mateixa manera, la crítica a l'informacionisme que es generà a partir d'aleshores, era feta des de grups socials que tenien més o menys definit un projecte alternatiu de societat fonamentat en uns interessos diferenciats dels qui monopolitzaven el poder econòmic-social. La crítica des del camp del marxisme ortodox i també des de les escoles neomarxistes, pensem ara en Armand Mattelart, en Hans Magnus Enzensberger, en els teòrics de l'escola de Frankfurt; les pràctiques de comunicació alternativa portades a terme des d'actituds teòriques més o menys utòpiques; les reflexions d'un conjunt de teòrics europeus tals com Edgar Morin, Abraham Moles, Jean Baudrillard, Umberto Eco, J. Paolo Fabri, i molts d'altres, s'han correspost amb els diferents corrents de pensament social que han existit en les més o menys pluralistes societats occidentals.

8

La producció teòrica acostada al sistema, tan als EE. UU. com fora d'ells, es presenta com a fàcil, concreta i alhora brillant, car els objectius són modestos i abastables: veure d'utilitzar els mitjans de la manera més adequada per al perfeccionament del que hom ha qualificat de "societat industrial". En canvi, la producció feta des de concepcions que pretenen models alternatius a les societats establertes, s'ha presentat sempre plena d'obstacles i de mancances. És molt difícil de trobar models comunicatius adients per a societats que no existeixen més que com a construccions teòriques vacil·lants. Per les mateixes raons, els intents de col·laborar en el canvi de les estructures assajant sistemes de comunicació democràtics amb un ús alternatiu dels mitjans, s'han saldat amb un fracàs, si més no, parcial. Vegi's sinó el que ha succeït amb les ràdios i les televisions lliures, amb els intents de democratitzar el cinema, etc.

Una de les darreres estratègies de les esquerres en el camp comunicacional ha estat la de retornar vers estadis artesanals de la producció i tramesa dels missatges. En tenim un exemple en els intents de revitalitzar l'actuació en directe davant del públic escadusser que els deixen els audiovisuals industrialitzats. En la pràctica, aquests intents, poden representar, si el model de societat industrial continua avançant, l'abandó de la més bella part de l'audiència potencial, a mans del sistema establert.

La conseqüència de tot això, és que existeix una pràctica comunicativa força eficaç en el món industrial avançat ajudada per una certa producció teòrica destinada sobretot a resoldre aspectes puntuals, com són el dels efectes, els continguts, les audiències, etc. i d'altres d'aquest estil; la conseqüència també és que no posseïm encara una vertadera ciència que ens permeti de bastir models comunicatius adients segons les necessitats socials, les quals són variables per naturalesa encara que actualment se les vulgui estandaritzar. Però si les coses eren així fa uns anys resulta que ara s'han complicat encara força més en entrar en crisi molts dels aspectes que constituïen les doctrines econòmico-socials a l'ús entre nosaltres. Per un cantó, hi ha aspectes de la situació en la qual ens trobem immersos — crisi energètica, ecològica, etc.— que fan dubtar a alguns de la possibilitat d'un creixement continuat sense el qual no pot mantenir-se, ni menys desenvolupar-se, la societat de consum; per altra, hi ha a les envistes una nova revolució tecnològica que potser resoldrà els problemes de creixement capitalista apuntats suara, però que produirà uns enormes

canvis en les formes de vida en general i en les comunicacions en particular.

Davant d'aquesta perspectiva tan complexa, no és d'estranyar que el panorama de les ciències socials estigui dominat per unes ombres de dubte i d'incertesa. Un dubte i una incertesa que abasta des del paper que la ciència i la ideologia han de jugar en el futur, fins la validesa de la nostra herència cultural, passant pel desgast evident de les esferes institucionals de la nostra societat.

En aquesta situació, sembla que el més prudent és no deixar-se portar per les circumstàncies i seguir treballant, en la mesura del possible, en aquells aspectes que no es veuen afectats per la situació. En aquest sentit, i dins el camp de la comunicació, segueix essent evidentment útil de continuar en la recerca de models teòrics que ens permetin d'explicar cada vegada millor els complicats fenòmens de la comunicació social. És així, doncs, que el present número d'Anàlisi representa un seguir treballant en la tasca, sens dubte sòlida, de desenvolupar les perspectives que ara com ara disposem, i representa també un reflex molt aproximat, per la varietat dels temes que ens ofereix, d'allò que segueix interessant als investigadors en l'actual cruïlla històrica.

En un recorregut pels diferents articles que conté el número 3 de la nostra publicació, veiem que José Manuel Pérez Tornero fa una panoràmica per l'univers de la semiòtica actual i aprofundeix en el vertent pragmàtic. La perspectiva semiòtica de la comunicació de masses li permet de plantejar-se d'una manera unitària, com a un procés, la "mass mediatització", allò que en les visions convencionals s'anomenen continguts i efectes de la comunicació col·lectiva. El fet de voler entendre en una sola acció complexa i abastadora els distints elements que intervenen en la generació, transmissió i entesa dels diferents discursos socials, ens pot acostar a la seva millor comprensió. Ara bé, voldria fer una remarca respecte de la semiòtica utilitzada com a teoria social. Rossi-Landi¹, en argumentar sobre el possible ús marxista del darrer Wittgenstein, ens avisa de què a les *Recerques Filosòfiques* trobem allò que és col·lectiu però no el que és social. Això vol dir que l'autor vienès es

¹ F. Rossi-Landi, "Por un uso marxista de Wittgenstein", a *El lenguaje como trabajo y como mercado*. Monte Avila Editores, Caracas, 1970.

10

mogué sempre en un univers d'abstracció fins i tot quan elaborà una filosofia del llenguatge ordinari. La present remarca la crec encertada i la podriem estendre a tota la filosofia analítica i, en conseqüència, a la semiòtica que posa èmfasi en el vessant pragmàtic. Per mal o per bé, la sociosemiòtica que vol edificar José Manuel Pérez Tornero, és més aviat una semiòtica pragmàtica que inclou, per una necessitat lògica, el context social que no pas una veritable teoria dels homes, els grups i de les accions concretes de la societat. I això probablement no treu el mèrit i la utilitat a la dita sociosemiòtica però sí que cal tenir-ho ben present, car l'esforç addicional per tal d'aproximar-se a l'home real no ens el podem estalviar per aquest camí.

En els articles de Martín Serrano, de Lorenzo Vilches, del col·lectiu Alsius-Bassets-Gubern, i també en el comentat de José Manuel Pérez Tornero, hi trobem entre d'altres aspectes dignes d'ésser remarcats, un tema que desperta vivament el nostre interès: el de la realitat que denoten els mitjans de comunicació i en especial el televisiu. És difícil de contestar quin és el referent dels discursos que rebem en la pantalla domèstica. La qüestió es pot centrar en l'alternativa següent: ens ofereixen una versió més o menys mediatitzada d'allò que en diem, d'una manera convencional, realitat, o bé ens introdueixen en un món ideal, massmediatitzat en el qual els fenòmens provinents de la susdita realitat només són una pura excusa per a l'adoctrinament de l'auditori? Martín Serrano descriu ambdues alternatives com a possibles. Considera que existeix un ús dels mitjans en el qual aquests poden aportar les dades necessàries de la realitat, a través de codis socials molt generalitzats, tot deixant la possibilitat a les distintes interpretacions; o en un segon ús, els mitjans adoctrinen emetent missatges tancats els quals només poden ésser interpretats segons un punt de vista interessat. Els dos usos dels mitjans descrits es relacionen amb sengles camins que hi ha, segons l'autor, per tal d'aconseguir el consens social: "la mostra de les dades de referència" o "la imposició de normes". No cal dir que el tema és crucial per a tot aquell qui es planteja un ús progressista dels mitjans.

Jo diria al respecte que la utilització dels mitjans en un sentit o en un altre ultrapassa el seu estricte marc de referència i s'insereix en els contextos més amplis de la vida social en el seu conjunt. Cal no oblidar que els mitjans han estat creats i són utilitzats en el si d'una determinada

societat, i d'ella i de les seves estructures en dependrà el paper que hi puguin jugar.

També en un sentit aproximat aniria l'article de Lorenzo Vilches en el qual ens descriu la televisió com a lloc on coincideixen Estat i Família. Considerem que Vilches aprofundeix en un aspecte d'especial interès com és el dels mecanismes segons els quals el mitjà televisió s'articula amb les estructures més pregones i essencials de la dita "societat de consum".

Pel seu cantó, Alsius-Bassets-Gubern, en parlar-nos del vídeo en la pedagogia, recorden oportunament que en tot fenomen epistemològic sempre hi ha convencions respecte de la realitat. És, doncs, a partir de tenir en compte la seva existència que podrem assolir el coneixement del grau de distorsió que provoca el mitjà en qüestió.

Conseqüentment, les visions que ens ofereixen els anteriors articulistes són molt pertinents, ja que, hi estiguem d'acord o no, ens mostren lúcidament els camins diferents de com es tracta un tema clàssic de la filosofia, encara que avui referit als mitjans de comunicació de masses que tan importants són per a les societats de finals del segle XX.

En un altre ordre de coses, Salvador Alsius, Lluís Bassets i Romà Gubern ens aproximen a l'encara nou mitjà que és el vídeo, a la seva tecnologia i llenguatge específic, i també a un dels usos més interessants que ofereix com és la seva utilització en pedagogia. Es tracta, en el seu conjunt, de tres treballs desmitificadors que ens aproximen a la realitat d'aquest nou mitjà des d'una perspectiva que podríem assenyalar com de sentit comú, i això sempre és d'agrair, sobretot en una època que hi ha poques mostres d'actituds serenes en pro i en contra dels nous mitjans. A conèixer les especificitats tecnològiques i estructurals del vídeo va adreçada la part desenrotllada per Romà Gubern amb una difícil precisió i economia d'elements. L'aspecte semiòtic que se sobreposa a l'anterior també és desenvolupat de la mateixa manera, amb la qual cosa els tres aspectes esdevenen, en el seu conjunt, una guia propedèutica o potser un vademècum que permet de conèixer i utilitzar el vídeo com a element que intervé i que intervindrà cada dia més en un aspecte parcial com és la pedagogia, però també en general, en d'altres aspectes de la realitat comunicativa.

12

Per la seva banda, el treball de Harry Pross ens aproxima a allò que podríem anomenar la lògica econòmica que hi ha en la base de la producció, distribució i consum de significats. Tot el gran aparellatge del sistema es mobilitza per tal de persuadir els consumidors potencials perquè financin l'enorme aparell productiu que es basteix actualment i també el que es bastirà en un pròxim futur encara més complex i car. La qüestió que hom es planteja és si això es farà a favor o en contra de l'usuari. Fins ara, la lògica del sistema, a l'igual que ha passat en d'altres aspectes de la realitat social com són els d'urbanisme i els referents a la qualitat de vida en general, no ha fet més que restringir la utilitat dels productes que genera i degradar la qualitat de l'oferta malgrat la seva aparent diversificació.

Si Harry Pross centra la seva anàlisi en el si de les societats capitalistes avançades, Marçal Murciano ens exposa una problemàtica semblant, però en els seus vessants internacionals. L'economia de l'administració dels signes passa també pels Estats. La lluita de classes a l'interior de les societats, es reproduceix a escala internacional i en especial en un vertent com és el de la comunicació que ha esdevingut punta de llança de sectors més dinàmics de l'ordre econòmic i polític contemporani. El tema, en el fons, està centrat com sempre en qui ha de pagar la factura i qui l'ha de cobrar. La situació a què apunta l'ordre comunicacional internacional, com sempre també, és que els més pobres hauran de rascar-se la butxaca a favor dels rics, els quals ho seran encara més.

Heus ací doncs, el que anunciavem més amunt, el número que el lector té a les seves mans li proporcionarà una panoràmica, sinó completa força variada, del que avui és la reflexió teòrica sobre la comunicació col·lectiva i els seus mitjans, des d'una òptica que podríem qualificar, vagament i genèricament, de progressista.

Jordi Berrio