
Factors i dependències en la cultura*

per Itamar Even-Zohar

La qüestió dels «factors necessaris» per a la suposada totalitat dels fenòmens culturals o sociosemiòtics ha estat ampliada pel funcionalisme dinàmic més enllà dels binomis tradicionals *langue-parole*, codi-missatge, paradigmàtic-sintagmàtic, etc. Jakobson, basant-se en Bühler (1934) i en els estructuralistes de Praga, va provar ambiciosament d'integrar dins el seu model de llenguatge «els factors constitutius de qualsevol fenomen de parla o de qualsevol acte de comunicació verbal» (Jakobson 1960: 353; també 1980 [1956]). La principal contribució de Jakobson a l'anàlisi funcional de sistemes ha estat la seva insistència que cada esdeveniment particular no és una simple relació entre un codi implícit i un missatge actualitzat, sinó que tots dos estan condicionats per un conjunt complex de factors que es relacionen entre ells. En lloc d'una idealitzada relació unilateral codi-missatge, Jakobson proposa tot un seguit d'eixos combinatoris referits a tots els aspectes responsables en cada acte de comunicació. Per tant, el seu famós esquema dels factors per als actes de comunicació verbal pot ser adaptat —em sembla que molt profitosament— a l'anàlisi dels fets culturals en general.

Un esquema dels factors que operen en la cultura

Podem oferir el següent esquema dels factors constitutius implicats en qualsevol fet sociosemiòtic (cultural):



* Títol original: *Factors and Dependencies in Culture*. També pot ser consultat *on-line*, juntament amb altres textos de l'autor, a <http://www.tau.ac.il/~itamarez/e-pubs.html>. La traducció al

Enllà de les diferències puntuals,¹ el que resulta més pertinent pel que fa a la meua proposta en els seus aspectes més generals és la manera de pensar de Jakobson. El que importa és sobretot el seu plantejament general: la idea constant de Jakobson va ser que «el llenguatge ha de ser investigat en tota la varietat de les seves funcions» (Jakobson 1960: 353). Aquesta afirmació sens dubte distingeix l'esforç lingüístic, literari i semiòtic de Jakobson de molts altres corrents de la nostra època. Les seves premisses rebutgen aquells models reduccionistes (que s'han perpetuat durant algun temps) per als quals el sistema de signes és una pura estructura (o, com a mínim, pot o ha de ser estudiat com a tal). D'acord amb aquestes visions reduccionistes, qualssevol condicionants [*constraints*] que puguin governar un mecanisme semiòtic són vistos com a «factors externs», «rerefons» o «context». De manera que si, en un moment donat, hom arriba al punt que inevitablement les estructures pures són inadequades per explicar el mecanisme semiòtic (per exemple, si hom es planteja el paper de la relació entre el productor i el consumidor d'un producte), només és possible investigar aquests condicionants *afegint* una branca més a la disciplina pròpiament dita; en el cas de la lingüística, per exemple, afegint la «pragmàtica» (o la «sociolingüística» i la «psicolingüística»). Per contra, en Jakobson, l'estudi del «llenguatge» ja inclou la percepció i la consideració de tots aquests factors, que haurien de ser investigats en les seves relacions mútues més que no pas com a instàncies aïllades.

Aquest esquema no requereix *a priori* cap jerarquia d'importància entre els suposats factors. És suficient reconèixer que són les *interdependències* entre aquests factors les que, per començar, els permeten funcionar. Així, un CONSUMIDOR pot «consumir» un PRODUCTE produït per un PRODUCTOR, però per tal que el «producte» sigui generat i més tard consumit adequadament, cal que existeixi, d'una banda, un REPERTORI comú, la usabilitat del qual estigui limitada, regulada o controlada per part d'alguna INSTITUCIÓ, i, de l'altra, un MERCAT on aquesta mena de béns puguin ser transmesos. Cap d'aquests factors enumerats no es pot dir que funcioni aïlladament i la mena de relacions que es poden detectar es produeixen a través de tots els eixos possibles de l'esquema.

A continuació voldria explorar en detall els principals conceptes suggerits a l'esquema.

catàleg del text anglès ha estat supervisada per l'autor, a qui agraïm la seva disponibilitat. (*Nota dels Traductors.*)

1. L'esquema de Jakobson comprèn el «context», el «codi», el «canal/contacte», el «missatge», un «emissor» i un «receptor». El «context» vol dir «aquell context al qual ens referim ('referent', sota una altra nomenclatura un xic ambigua), concebible pel receptor, de tipus verbal o bé susceptible de ser verbalitzat». Un emissor (per exemple, el parlant) i un receptor (per exemple, aquell a qui ens adrecem) poden tenir «un codi totalment o parcialment comú» per intercanviar missatges, i aquest missatge necessita alguna mena de canal o contacte a través del qual ser transmès. Tots aquests conceptes són representats a l'esquema que proposo, tret del «context», que em sembla que hi és implícit en les relacions entre productor i consumidor via repertori i mercat. Per altra banda, els condicionants de les institucions pel que fa a la naturalesa de la comunicació queden més enllà de l'abast de la concepció de Jakobson (i potser també de la «semiòtica clàssica» en general).

1.1. Repertori

El «repertori» designa la suma de regles i materials que governen l'*elaboració* i l'*ús*, o la producció i el consum, d'un producte determinat. El terme comunicacional adoptat per Jakobson, CODI, podria haver fet la mateixa funció en la nostra representació, si no fos per les tradicions existents segons les quals un «codi» es refereix només a les «regles» i no als «materials» («elements», «components», o sigui «estoc» o «lèxic»). El mateix podríem dir del terme *langue* de Saussure o de termes com ara «paradigmàtic» o «eix de la selecció».

En el cas de l'*elaboració*, o de la producció, podem parlar d'una *operació activa* d'un repertori o, abreujadament, d'un *repertori actiu*. En el cas de l'*ús* o consum, per altra banda, podem parlar d'una *operació passiva*, o *repertori passiu*. En aquest punt val a dir que aquests termes els proposem només per conveniència: el repertori no és ni «actiu» ni «passiu», sinó que pot ser utilitzat de maneres diferents en dues circumstàncies diferents, tal i com hem descrit més amunt; per exemple, en una situació on una persona produeix quelcom, a diferència de la situació en què una persona «desxifra» allò que els altres produeixen.

En què consisteix el repertori cultural? Si veiem la cultura com un marc, una esfera, que fa possible l'organització de la vida social, aleshores el repertori *dins* la cultura o *de* la cultura és el lloc on els components necessaris per a aquesta mena de marc són emmagatzemats. Com diu Swidler, la cultura és «un repertori o 'caixa d'eines' dels costums, habilitats i estils d'acord amb els quals la gent construeix 'estratègies d'acció'» (Swidler 1986: 273). Aquesta és una descripció adequada d'allò que més amunt anomenàvem *repertori actiu*. Per resumir la formulació de Swidler pel que fa ara al *repertori passiu*, es pot definir en la cultura com «la caixa d'eines de les habilitats a partir de les quals la gent construeix 'estratègies conceptuals'», això és, aquelles estratègies amb les quals la gent «entén el món».

La idea d'un repertori suggereix no tan sols *sistematicitat* (per exemple, es poden establir dependències entre els suposats components del repertori), sinó també la idea d'allò compartit. Sense un repertori compartit per tothom, ja sigui totalment o parcialment, cap grup humà no podria comunicar i organitzar la seva vida de manera acceptable i significativa per als seus membres. En altres paraules, no hi haurà un marc comú que els mantingui units com a grup i els proporcionï estratègies de cap mena. Naturalment, com més gran sigui la comunitat que fabrica i utilitza certs productes, més ampli ha de ser l'acord respecte al repertori.

Els estudiosos de la cultura sovint tendeixen a identificar gairebé exclusivament «cultura» amb un repertori. M'agradaria destacar, en canvi, que l'aproximació que aquí proposem suggereix que seria més profitós pensar la «cultura» —o qualsevol activitat sociosemiótica— com la xarxa obtinguda a partir de *tots* els factors interdependents (interrelacionats) amb el repertori.

Mentre que la naturalesa, el volum i l'amplitud d'un repertori certament determinen la facilitat o la llibertat amb què un productor i/o consumidor es pot moure en un entorn sociocultural, no és el repertori mateix allò que determina aquestes característiques. Per contra, és la interacció amb els altres factors operatius en el sistema (primordialment la institució i el mercat) allò que determina

aquestes característiques. Per exemple, l'existència d'un repertori específic *per se* no és suficient per a assegurar que un productor (o consumidor) l'utilitzarà. No tan sols cal que el repertori estigui *disponible*, sinó que també ha de ser legítimament utilitzable. Els condicionants d'ús legítim del repertori són generats per la institució en correlació amb el mercat. A més a més, la disponibilitat d'un repertori sovint pot ser un estat idealitzat des del punt de vista d'un productor individual. Per a molts membres d'una societat, grans parts d'un repertori, sobretot les del repertori dominant, poden no estar *accessibles* a causa d'una manca de coneixement o de competència (com, per exemple, la falta d'educació).

1.1.1. Repertori i repertoris. Atesa la hipòtesi de la heterogeneïtat dels sistemes sociosemiòtics, no hi ha mai una situació en la qual només un únic repertori pugui funcionar per a cada conjunt possible de circumstàncies en la societat. Les diferents opcions concorrents constitueixen repertoris en competició i conflicte. Com vàrem suggerir en altres treballs (Even-Zohar 1990a), sovint, un repertori aconsegueix establir-se com a dominant, tot exclouent els altres o bé fent-ne l'ús com a mínim ineficax o poc profitós. Per altra banda, els repertoris alternatius poden ser plenament utilitzats en agrupacions socials diferents, on el repertori dominant pot ser rebutjat per indesitjable i per tant també pel seu poc profit. Ara bé, ocasionalment, un repertori rebutjat pot assolir el domini.

Com més hagi proliferat el repertori, les oportunitats de canvi estaran idealment més disponibles. Sovint aquest fet està vinculat a l'antiguitat d'una determinada cultura. Quan la cultura està en el seu estadi incipient, el seu repertori pot ser limitat, la qual cosa la predispone més a utilitzar altres cultures accessibles. Quan una cultura ha acumulat més opcions, pot haver adquirit un repertori més desenvolupat, i per tant és més probable que durant els períodes de canvi intenti reciclar alguns repertories, en lloc de cercar repertoris aliens. Ara bé, fins i tot quan una cultura treballa amb un repertori ampliat, es pot produir un cul-de-sac a causa de l'obstacle que suposen la resta d'opcions alternatives. És aleshores quan els repertoris adjacents o d'altra manera accessibles poden ser utilitzats per substituir aquells que la gent desitja rebutjar. És així com la *interferència* esdevé una estratègia de la cultura per adaptar-se a circumstàncies canviant.

1.1.2. L'estructura del repertori. En termes generals, es pot analitzar l'estructura del repertori a dos nivells diferents: el dels elements individuals i el dels models.

(1) *El nivell dels elements individuals.* Inclou elements distints, com ara morfemes o lexemes. El «conductorema» [*behavioreme*] de Pike (Pike 1971) ens pot ajudar a suggerir l'ús de conceptes com el de «repertorema» (en quant terme general per a qualsevol element del repertori), mentre que utilitzarem el terme «culturema» per als repertories culturals. Els límits d'aquestes unitats de cultura poden ser menys obvis que els dels morfemes, o fins i tot que els dels lexemes, i sovint són discutibles. Ara bé, fins i tot acceptant que la gent *adquireix* aquests elements, els produeix o bé n'entén el valor sempre a través dels conjunts en què estan inclosos, és a dir, a través de models sencers (vegeu el següent apartat), les unitats individuals poden figurar dins un repertori no tan sols com una abstrac-

ció, sinó també com a elements de treball per crear noves seqüències.

És qüestionable si els cultuemes poden ser mai desxifrats o adquirits en quant entitats aïllades. De tota manera, no crec que puguem prescindir d'aquest nivell d'anàlisi, ni lògicament ni empíricament. La idea dels cultuemes com a trets distintius pot tenir alguna aplicació. Per altra banda, no hi ha dubte que els cultuemes poden com a mínim ser identificats com a entitats discretes i distintes dins un flux més gran.

A més, les unitats poden agrupar-se per crear seqüències (i eventualment models) no tan sols horitzontalment, sinó també verticalment, és a dir, en diferents camps conceptuals. Per exemple, el concepte de *ego*, «jo», no pot funcionar sense el «tu», els «ell/ella» i els «ells/elles». Aquesta hipòtesi ben establerta en totes les ciències humanes ha fet possible pensar en els conjunts d'unitats com a opcions estructurades, més que no pas com un inventari desordenat.

(2) *El nivell dels models.* Des d'un punt de vista analític els models són combinacions d'elements + regles + les relacions sintagmàtiques («temporals») que es poden projectar sobre el producte. Si l'exemple en qüestió és un «esdeveniment», aleshores el «model» significa «els elements + les regles aplicables al tipus d'esdeveniment donat + les relacions potencials que poden ser implementades durant el seu desenvolupament efectiu». Per exemple, si un tipus de relacions possibles és la «xarxa de posicions» en la qual s'insereixen els diferents elements, aleshores el «model», des del punt de vista del seu productor potencial, inclourà alguna mena de preconeixement que pertany a aquestes posicions. Un coneixement sobre l'ordre (seqüència, o successió) és, per tant, part integral d'un model. Informa el productor d'allò que ha de fer i en quin moment. Per exemple, no és suficient saber que a l'hora d'adreçar-se a algú s'han de dir certes frases; cal saber també en quin ordre s'han de dir aquestes frases.

Evidentment, en les circumstàncies concretes de producció la gent no sol utilitzar els models de manera analítica. Les evidències indiquen que els deuen haver après com a totalitats. Però com més competent sigui el productor —i com més específic sigui el producte— més freqüent serà el coneixement analític. Un artesà o un cuiner poden haver adquirit el seu saber de manera sintètica, però un industrial contemporani pot tenir un coneixement més explícit dels models en termes dels seus components i de la combinació de regles en el temps i l'espai.

Per al *consumidor* potencial, el «model» és aquell preconeixement d'acord amb el qual s'interpreta («s'entén») l'esdeveniment. Potser caldria assenyalar que els models utilitzats en la producció no necessàriament se sobreposen —i com a regla no solen fer-ho— amb els models necessaris per a la comprensió, o per a qualsevol altre ús des del punt de vista del consum. Novament, tot i que la «comprensió» pot donar-se com un acte simultani de desxiframent, també pot consistir en un seguit d'intents, consistents a desglossar el producte en els seus ingredients, ingredients que aleshores són analitzats en relació amb les seves posicions dins un repertori conegut. Per tant, la comprensió explícita (com ara la interpretació verbal) és una activitat regular en totes les cultures.

No cal intentar cap classificació dels models, atenent a la seva classe o a les seves dimensions. Alguns models poden servir per a la totalitat d'un esdeveni-

ment, mentre que hi haurà models específics per a un segment, o porció, d'aquesta totalitat.² Per exemple, hi pot haver un model per a «una reunió», però n'hi haurà també un per a la «conversa» durant una reunió, etc.

La idea d'un *model* no és gens nova, ni el seu ús es restringeix a les anàlisis teòriques de la cultura. Sovint és utilitzada per la gent de la cultura quan assumeixen posicions com a portadors d'instruccions o educadors. Passa només que ha esdevingut un concepte esquivat d'ençà del romanticisme, perquè es va intentar, a tots els nivells de la cultura, crear la imatge de la llibertat de l'acció individual, alliberada, com si diguéssim, de normes. D'acord amb la visió romàntica, «creació» significa una acció lliure de lleis, i per això original i sense precedents. Per tant, els vincles es consideren una limitació negativa de la llibertat. Així, el «veritable creador» (en la literatura i en la vida en general), l'«esperit lliure», no pot ser constrenyit pels models existents.³ Aleshores va esdevenir obligatori atribuir a una «inspiració» no sistèmica les accions empreses pels productors individuals, i aquelles realitzades pels productors anònims en massa a «l'esperit de la col·lectivitat» (com ara la comunitat o la nació). Potser no és massa exagerat interpretar algunes tendències del biaix individualista en la psicologia dins aquesta tradició romàntica.

La hipòtesi del model es veu fermament reforçada pel treball contemporani en diversos camps de la investigació sobre la cultura, no tan sols en l'antropologia clàssica sinó també en els estudis sobre la memòria, en els estudis cognitius (amb el seu concepte d'«esquemes») i en les distintes àrees relacionades amb la competència lingüística i textual, com són els estudis de traducció. Per altra banda, algunes activitats pràctiques com el treball editorial i l'ensenyament de l'estil i la redacció a l'escola produeixen informació acumulada sobre models en ús. A més,

2. Algunes tradicions, especialment en lingüística, tendeixen a considerar cadenes limitades, és a dir, combinacions més o menys equivalents a una «col·locació» en el llenguatge, com un nivell separat. Per exemple, dir «Com està?» o donar-se la mà poden ser considerats cadenes d'aquest tipus. Ara bé, podem deixar de banda aquest nivell i considerar-ho un segment de «models».

3. El passatge següent, que tanca el treball clàssic de Greenblatt sobre el període isabelí, és un exemple destacable del fet que l'alliberament de la concepció romàntica encara és dolorós pel que fa a les qüestions relacionades amb «les arts»:

«La primera vegada que vaig pensar en aquest llibre fa molts anys, em proposava explorar la manera com els principals escriptors anglesos del segle XVI havien arribat als seus resultats, per analitzar les decisions que prenen a l'hora de representar-se a ells mateixos i en modelar personatges, per entendre el paper de la autonomia humana en la construcció de la identitat. Em semblava que la fita del Renaixement havia estat el fet que els mascles de la classe mitjana i de les classes aristocràtiques començaren a sentir que posseïen aquesta mena de poder de modelar les seves pròpies vides. I creia que aquest poder i la llibertat que implica eren un element important en la percepció que jo tenia de mi mateix. Però a mesura que el meu treball avançava, vaig adonar-me que modelar-se un mateix i ser modelat per les institucions culturals —família, religió, estat— estaven inseparablement entrelligats. En cap dels meus textos i documents no hi havia, pel que jo podia saber, cap moment de subjectivitat pura, sense traves. De fet, el subjecte humà em va començar a semblar remarcablement mancat de llibertat, el producte ideològic de les relacions de poder en una societat particular. Cada cop que em fixava atentament en un moment d'autoformació aparentment autònom, en lloc de trobar una epifania de la identitat lliurement triada em trobava un artefacte cultural. Si quedaven traces de la lliure elecció, aquesta es donava entre un seguit de possibilitats la naturalesa de les quals estava estrictament determinada pel sistema ideològic i social vigent.» (Greenblatt 1980: 256).

la consciència creixent sobre els graus de convencionalitat dels diferents tipus de discurs quotidià (com la conversa o la narració quotidiana), segons mostren diversos estudis sociolingüístics i semiòtics, ha contribuït en gran mesura a alliberar-nos dels conceptes romàntics d'una «producció lliure».

Ara bé, històricament, amb anterioritat a l'època romàntica, les actituds més comunes no entraven en conflicte amb la idea d'una vida dictada. Aleshores l'acte de producció no tan sols s'entenia en un context d'implementació de models ja coneguts, sinó que la mateixa noció d'assoliment en qualsevol camp, fins i tot en el prestigiós camp de la producció textual, estava connectada amb la capacitat del productor d'incorporar amb èxit aquests models. Com formula succintament Zink (1980: 73-74) en relació amb la poesia medieval: «*Cette poésie est une poésie formelle qui dans tous les domaines, tire ses effets, non de son originalité, mais de la démonstration qu'elle fait de sa maîtrise d'un code qu'elle applique minutieusement et qu'elle soumet à des transgressions calculées et menues.*» El mateix es podria dir de la capacitat del consumidor per desxifrar aquests models.⁴

La teoria de l'*habitus* de Bourdieu és una contribució significativa pel que fa a la connexió entre el repertori generat socialment i els procediments d'inculcació i internalització individual. Bourdieu sosté la hipòtesi que els models funcionalitzats per un individu, o per un grup d'individus, no són esquemes universals o genètics, sinó esquemes condicionats per les disposicions adquirides per l'experiència, és a dir, dependents de l'espai i el temps. Aquest repertori de models adquirits i adoptats (però també adaptats) pels individus i els grups en un mitjà determinat, i sota les restriccions del sistema de relacions dominant en aquest mitjà, és el que anomenem *habitus*. És «un sistema d'esquemes internalitzats que, havent estat constituïts en el curs de la història col·lectiva, són adquirits en el curs d'una història individual i funcionen en el seu *estat* pràctic, *per* la pràctica (i no pel pur coneixement)» (Bourdieu 1984: 467; originalment a Bourdieu 1979: 545).

1.1.3. Els paràmetres dinàmics d'ús del repertori. A la vista de la hipòtesi de la heterogeneïtat, per a qualsevol esdeveniment de producció o de consum no hi ha manera de predir l'exacta trajectòria d'interacció entre els factors que hi participen. És clar que hi haurà casos d'alta predictibilitat, com els models més repetitius utilitzats per la gent, per exemple, els rituals diaris i altres. Aquests es poden

4. Com a prova destacable de les normes que prevalen en la creació i la comprensió de la «poesia» en la vida quotidiana, tenim la història de l'islandès Gisli Súrsson, el qual, confiant en l'obscuritat del model poètic que era capaç d'utilitzar, es va prendre la llibertat de dir impertinentment al món sencer, en un moment crucial de la seva vida, que havia estat ell qui havia matat el seu adversari, cosa que «no hauria [d'haver dit] mai» («*er eða skyldi*»), com comenta el narrador (*Gísli saga Súrssonar* [dins *Íslenzk fornrit VI* (Reykjavík, Hid Íslenzka fornritafélag), 1943, 3-118] cap. 18). Com era d'esperar, ningú no entén el seu missatge, tret d'una sola persona, la seva germana, Thordis, que resulta ser l'esposa del seu adversari. Ella «es va aprendre de memòria el vers així que el va escoltar, i tornà a casa, i aleshores ja n'havia endevinat el significat», i el revela poc més tard als enemics de Gisli. Tot i així, va necessitar una estona per aconseguir-ne el desxiframent («*Thórdís nam thegar visuna, gengr heim ok hefir radit visuna*», cap. 18). En el cas particular de Gisli, i en la cultura medieval islandesa en general, està clar que la «poesia» no és un tipus d'acció fora del normal, sinó pel contrari un producte perfectament utilitzable en la interacció habitual.

presentar com guions prefabricats, com organigrames ben definits, com lots hermèticament tancats. Per altra banda, la major part dels esdeveniments culturals no es donen així, sinó que corresponen a graus de predictibilitat variables. El grau precís de fixació per a cada esdeveniment particular, el marge de maniobra, depèn de la combinabilitat dels diferents models. I aquests, al seu torn, dependran del poder de la institució i de la posició de cada membre en qüestió dins de la cultura, davant de la institució i en relació amb la capacitat d'accedir als recursos del repertori.

Com a conseqüència de tot això, sembla inadequat pensar les relacions entre el repertori i la seva implementació en termes d'una execució fixa d'un conjunt no modificable d'instruccions. Cal reconèixer que la implementació flexible és una opció real, això és, una opció que permet combinacions de fonts distintes, així com també les errades. Podria ser útil pensar en l'execució d'un model d'acord amb la situació descrita per Boyd i Richerson (1985: 83), inspirada per Pulliam i Dunford (1980):

«[...] els inversors poden donar als seus *brokers* un seguit d'instruccions inicials, que posteriorment no poden ser canviades ni cancel·lades. Pot ser que alguns inversors desitgin donar instruccions precises als seus *brokers* sobre quins valors cal comprar o vendre en cada futura situació possible. En un entorn imprevisible com la borsa, aquesta mena d'estratègia d'inversió és probable que resulti desastrosa. Els inversors més savis proporcionaran als seus representants un conjunt flexible d'instruccions.»

Això vol dir que un model, en quant conjunt d'instruccions, no és concebut com un paquet hermèticament tancat, sinó com una cadena oberta amb diferents ramificacions possibles. Aquestes ramificacions són possibles perquè la mateixa posada en funcionament del repertori és una negociació dinàmica entre opcions conegudes i els detalls de l'esdeveniment particular que està tenint lloc. Per citar una altra vegada Boyd i Richerson (*ibid.*):

«Els humans modifiquen la seva conducta en resposta als canvis ambientals mitjançant tota mena de mecanismes. Aquests mecanismes van de les respostes condicionades que estudia la psicologia conductista als processos cognitivament complexos d'elecció racional estudiats per la psicologia cognitiva i per l'economia.»

1.1.4. L'elaboració dels repertoris. Com que difícilment coneixem cap societat que no tingui un repertori establert, tendim a entendre aquests repertoris com el resultat acumulatiu de generacions d'individus anònims. Els repertoris són concebuts com a creacions espontànies de la «societat».

Aquesta idea és incontestable en el sentit que no és possible realment resseguir «qui va generar què» al llarg de la història humana, tot i que és prou comú entre els historiadors concebre certs repertoris com a productes de societats determinades. Per exemple, l'escola s'atribueix als sumeris, perquè el seu *é-dubba* es conside-

ra el primer model antic per a tota mena d'escoles i acadèmies, així com també per als diferents tipus de productes resultants d'aquestes, com ara els cànons textuals. De manera semblant, la «democràcia» s'atribueix als antics ciutadans d'Atenes.

Per altra banda, hi ha proves incontestables de l'acció *deliberada* dels individus en l'elaboració dels repertoris, l'èxit de la qual pot ser contemplat al llarg de la història. Hi ha una certa sospita pel que fa al paper efectiu en l'elaboració dels repertoris per part de personatges veritables, mítics o difícilment verificables com Kadmos o Moisès d'acord amb les tradicions literàries, però hi ha també una impressionant acumulació de proves sobre individus el paper dels quals pot ser verificat i que han iniciat, elaborat o inculcat amb èxit innovacions en els repertoris.

Aquesta mena de proves apareixen a diferents nivells. Fins i tot pel que fa a matèries com ara el llenguatge, que són considerades el producte general de grans grups, sovint es pot atribuir l'elaboració del repertori específic necessari per a una llengua a individus amb nom i cognoms. Aquest seria el cas de Goethe i Gotschalk per a l'alemany, de Lomonosov i, després, de Puökin per al rus, de Vuk Karadzic per al sèrbocroat, d'Ivar Aasen per al nou noruec, etc. Aquests exemples ens permeten fins i tot ser menys escèptics pel que fa a figures com el rei Ramkamhaeng del regne de Sukhotai, suposat fundador de l'alfabet *thai* (i possiblement d'altres elements de la cultura *thai*), o amb personatges com Constantí el Filòsof, conegut com Ciril de Tessalònica, el suposat fundador de l'alfabet eslau i l'iniciador de la cultura eslava cristiana.⁵

El mateix es podria dir dels variats repertoris culturals que poden haver proliferat, o que poden haver estat modificats o augmentats, a causa del treball deliberat de certs individus.

Per tant, cal estudiar els orígens d'un repertori des de diferents perspectives. Tot i que els repertoris poden ser anònims, no cal pensar necessàriament que sempre siguin espontanis, ni que no estiguin travessats pels desigs i aspiracions intencionats dels individus.

1.1.5. L'elaboració del repertori i la institució. Els grups i els individus interessats a controlar, dominar i regular la cultura sovint són també actius en l'elaboració del seu repertori. Tanmateix, es pot argumentar que, en lloc de produir nous repertoris, aquests grups —als quals ens referirem amb el terme comú d'«institució»— estan més inclinats a mantenir el repertori existent que no pas a iniciar noves opcions. Per altra banda, els oponents —és a dir, aquells qui lluiten per obtenir control i domini— ho poden aconseguir tot oferint un nou repertori. En els períodes en què les circumstàncies són favorables als canvis i a la competició entre repertoris (com les èpoques de crisi per qualsevol causa), aquests grups i

5. Alguns estudiosos sostenen, tanmateix, que en la zona *thai* ja havia estat en ús una escriptura similar, molt abans de la suposada invenció per part del rei. El mateix passa pel que fa al cas de Cirili. Això no canvia la possibilitat que tots dos reis, ni que fos mitjançant petites modificacions, fossin crucials per a la cristallització d'un repertori principal.

individus poder implicar-se molt en l'elaboració —i no tan sols en la perpetuació— del repertori.

1.1.6. Repertoris i identitats. En els grups humans és un procediment habitual el fet d'extreure certs elements conspicus d'un repertori existent a fi de delimitar el grup com a entitat diferenciada. Això es pot descriure com la creació d'un «sentit del jo» o «identitat col·lectiva». Aquest aspecte de la cultura ja va ser destacat per Sapir, qui defensava que «L'èmfasi [en aquest aspecte] no radica tant en el que un poble fa o creu com en quina significació té per a ell, o en la manera com allò que és fet i cregut funciona dins la totalitat de vida d'aquest poble» (Sapir 1968 [1924]: 311).

Els elements seleccionats poden sortir de qualsevol àrea. Les dimensions de l'element poden ser tan diminutes com el signe que van triar els antics àrabs per distingir-se: el peculiar so emfàtic de la *d*, conegut per la lletra *dad*. Així, els àrabs es donen a conèixer com «aquells qui pronuncien la *dad*» (amb la plausible insinuació que «ningú tret de nosaltres no pot pronunciar aquest so»). Certs menjars, vestits, olors, gestos i característiques corporals (com barbes, patilles o perruques) o bé certes preferències generals per l'hospitalitat, la netedat i l'ordre són àmpliament utilitzats com a elements d'identitat.

1.2. Producte

En referir-me a «producte» vull dir qualsevol conjunt de signes i/o materials realitzats, incloent-hi una conducta determinada. De manera que tot resultat d'una acció o activitat qualssevol pot ser considerat un «producte», sigui quina sigui la seva manifestació ontològica i el seu estatut semiòtic físic com a «objecte»: un enunciat, un text, un artefacte, un edifici, una «imatge» o un «esdeveniment». En altres paraules, el producte, l'element negociat i utilitzat pels factors concomitants dins una cultura, és una instància concreta de cultura. Obviament, un producte cultural serà qualsevol element implementat del repertori de la cultura.

1.2.1. Producte versus repertori. Els productes no poden ser generats sense un repertori. Ningú no és capaç de crear unes regles i un repertori completament nous per a cada producte individual durant el procés de produir-lo. Els nous elements, incloses les noves opcions de combinació («regles»), poden ser generats només en connexió amb un repertori ja disponible. Això no vol dir que un producte sigui només la implementació d'un model. El repertori permet més d'una possibilitat de combinar tant elements discrets com models donats. Per tant, qualsevol instància de producció cau entre la implementació meticulosa de models coneguts i establerts, per una banda, i la innovació, per l'altra. La innovació, al seu torn, pot ser el resultat d'una simple manca de competència, o bé, pel contrari, d'un alt grau de competència. En el cas de la manca de competència, poden donar-se «errors» i, amb l'existència d'unes adequades condicions de mercat, aquests errors poden crear noves opcions de repertori. Per altra banda, una alta compe-

tència pot permetre que es donin combinacions deliberades que, ocasionalment, poden ser acceptades com a noves opcions.

Per tant, no hem de considerar que l'estatut del productor enfront del repertori estigui sempre confinat exclusivament a la reproducció d'opcions ja donades. En la mesura que la producció és una implementació d'opcions, és també una negociació dinàmica d'aquestes opcions de manera permanent i inherent.

1.2.2. Activitats i productes. No és simplement qüestió de determinar quins productes són produïts per determinades activitats o «camps d'acció». Les activitats normalment consisteixen en conjunts complexos d'esdeveniments que, conseqüentment, són capaços de generar productes distints. Ara bé, normalment la *raison d'être* d'aquestes activitats radica en productes específics. Per exemple, els bancs són institucions per a fer-se càrrec dels diners, però, què és el que produeixen en realitat? No «els diners» (ni tan sols en els casos en què un banc literalment imprimeix els bitllets o encunya les monedes), sinó potser la «servicialitat de l'intercanvi financer».

En última instància la resposta depèn del nivell d'anàlisi. Per exemple, és absolutament acceptable l'afirmació que el producte més obvi i evident de la parla és la «veu» (o la «matèria sonora») o «el(s) so(ns)». Tanmateix, la «veu» es considera convencionalment el simple *vehicle* d'un producte diferent, més important, a saber, el missatge verbal, el «llenguatge» en el sentit de la «comunicació». De manera semblant, per donar un altre exemple, el producte de les escoles pot ser definit com «els estudiants». Novament, aquesta no seria una resposta del tot inacceptable, en el sentit que oficialment i de manera ben visible són els estudiants els qui comprometen l'energia de les escoles. Parlem d'un cert nombre d'estudiants (i la societat calcula els pressupostos d'acord amb això), de la vida i el tracte dels estudiants a l'escola, de les relacions entre professors i estudiants, etc. Però fins i tot les visions més convencionals de l'escola normalment entenen els estudiants com a *vehicles*, i/o *objectius* d'un altre tipus de productes dels quals les escoles se suposa que són responsables, per exemple, un cert cos de coneixements desitjables, un cert cos de normes i d'idees desitjables. En aquest sentit, els «estudiants» són analitzats només en relació amb aquests productes. L'èxit de tot plegat és avaluat en relació amb la capacitat de les escoles d'inculcar-los en els seus estudiants i en relació amb el grau de perpetuació i distribució en la societat que els estudiants aconsegueixen assolir.

Les activitats organitzades com la «literatura» o les «arts» en general poden ser analitzades en termes similars. Fins i tot en aquells períodes en què el principal esforç de les activitats literàries estava orientat a la producció de «textos», l'estatut d'aquests «textos» era anàleg, en tots els seus sentits i propòsits, al que tenen la «veu» o els «estudiants» en els exemples esmentats més amunt. Això no vol dir que els textos siguin de cap manera transparents, sinó només que, com a entitat a ser consumida, cal considerar diferents nivells de textos. Per exemple, des d'un punt de vista literari pot ser suficient analitzar les estructures de composició i «argument», el to i la tècnica d'un «text». Tanmateix, la «literatura», concebuda al seu torn com a camp d'acció, com una activitat complexa que pot ser analitzada d'acord

amb l'esquema modificat de Jakobson, produeix molts més productes que no pas «textos». Per exemple, també produeix «escriptors» que, per la seva banda, es comporten d'acord amb uns models gradualment establerts en la cultura en general. Aquests escriptors, que sovint constitueixen un bé obligatori per al poder (vegeu Even-Zohar 1994), moltes vegades són també productors i defensors principals del repertori subscrit pel poder. Addicionalment o alternativament, poden esdevenir els principals productors no tan sols d'un repertori literari, sinó també d'un repertori de la cultura en general. Aleshores funcionen com a *entrepreneurs*: «Tot tractant d'interferir en el procés social.» (Roseberry 1982: 1026).

D'altra banda, els «textos» circulen dins el mercat de moltes maneres i gairebé mai, especialment quan han estat canonitzats i ocasionalment emmagatzemats en el cànon històric, no ho fan com a textos integrals (la manera com els «crítics literaris» prefereixen veure'ls). Així que es pot afirmar també que els fragments (segments) textuais d'ús quotidià són un producte àmpliament utilitzat. Les citacions, les breus paràfrasis i els episodis de fàcil referència serien alguns exemples d'aquesta mena de fragments. De fet, en certes cultures, com la francesa, els fragments són pràcticament tot el que un obté a l'escola pel que fa a l'inventari d'un cànon nacional. Gairebé mai no es té cap contacte amb textos integrals abans d'haver assolit un nivell més avançat d'escolarització.

A més a més, com ha estat assenyalat nombroses vegades (amb especial eficàcia pels semiòtics de l'escola de Tartu-Moscou), el producte sociosemiòtic més conseqüent de la literatura es dona en un nivell completament diferent: en particular, en el nivell de les imatges i les actituds, de la interpretació de la «realitat» i de les opcions d'acció. En aquest nivell els productes són elements del repertori cultural: models per organitzar, comprendre i interpretar la vida. Constitueixen una font per als models adoptats, els *habitus*, que resulten dominants a diferents nivells de la societat, i ajuden a dirigir-la, preservar-la i estabilitzar-la. Això pot ser aconseguit no tan sols en l'elaboració de textos, sinó també, i de vegades encara més, mitjançant els diversos aspectes de les activitats institucionals lligades a la literatura.

Podríem fer la mateixa argumentació per a les «arts» en general, on la paraula «text» podria ser substituïda per «una obra (d'art)» (escultures, pintures, composicions musicals).

1.3. Productor

Un «productor», un actor, és un individu que genera —en operar activament un repertori— productes reiteradament reproduïbles o bé «nous». Encara que les reproduccions poden ser satisfactòries per a un productor, si la resta de les parts rellevants (el consumidor, etc.) comparteixen com a mínim les parts principals del mateix repertori, els «nous» productes corren el risc de ser ineficaços, i conseqüentment «no mercadejables» o rebutjats tant pels objectius com per la «institució».

En poques paraules, el denominador comú de totes les manifestacions que

suposa ser un productor en la cultura és estar en un mode d'activació del producte, per oposició al fet d'estar en un mode de desxiframent o «comprensió» del significat/funció d'un producte. La competència i els coneixements per a la producció són indispensables per a qualsevol persona dins una cultura, però el grau de competència, així com la disposició a desviar-se d'un repertori acceptat, variën enormement.

Tot i que la noció de productor s'associa normalment als productes realitzats, també pot representar productes potencials, en particular, «models» (vegeu 1.1.2, 2). Aquests models poden ser produïts *directament*, això és, mitjançant l'elaboració deliberada d'elements per a un repertori possible, o bé *indirectament*, això és, pel procediment d'extracció i inferència d'un producte ja realitzat. En el segon cas, un productor ha de procedir identificant en primer lloc certs aspectes del producte que aleshores poden ser transformats en models per a la producció directa. Probablement aquesta sigui la manera «normal» en què els membres d'una cultura adquireixen els repertoris culturals per primera vegada.

Adicionalment, els individus poden actuar com a arxiprodutors del repertori, o sigui com els principals realitzadors del repertori. Per exemple, els governants poden, d'una banda, esdevenir l'origen del repertori a través de les seves accions efectives. De l'altra, tenen el poder de proporcionar elements del repertori mitjançant ordres i disposicions directes. Altres individus poden adquirir un estatus similar al llarg de les èpoques mitjançant les relacions de mercat i institució. Per exemple, el conjunt dels intel·lectuals, i especialment els homes de lletres, ha adquirit en algunes societats l'estatus de productors legítims, fins i tot autoritzats, del repertori per a una societat en general. Això vol dir que sovint s'*espera*, i en qualsevol cas se'ls *permet*, que aportin opcions noves fins i tot quan aquestes no han estat explícitament sol·licitades ni seran en última instància obeïdes.

1.3.1. Productor i productors. Els productors individuals no tenen normalment cap impacte particular en la cultura en el sentit que les seves accions habituals no condueixen al canvi, per exemple, a la modificació d'un repertori de cultura. Fins i tot si les seves accions poden haver conduït a un canvi semblant, poden haver romàs anònimes i en cap sentit haver estat part de cap factor de poder capaç d'imposar els elements del repertori. Per altra banda, hi ha individus que participen en una producció innovadora i que, de vegades, com a part d'un grup organitzat de productors similars, són acceptats d'una manera establerta o *ad hoc* en quant productors potencials o efectius de l'estoc. L'activitat grupal d'aquests productors —certament la que és explícita, però també aquella que resulta més subtil— constitueix una mena especial d'«indústria», els productes de la qual són més altament competitius en el mercat que no pas els productes no marcats dels productors casuals. Al llarg de la història diferents grups s'han institucionalitzat ells mateixos amb èxit com a tals indústries: polítics, legisladors, religiosos i esglésies, intel·lectuals, artistes (escriptors, poetes, pintors), magistrats, etcètera.

1.4. Consumidor

Un «consumidor» és un individu que manipula un producte ja elaborat operant el repertori de manera passiva. «Operar el repertori de manera passiva» vol dir bàsicament identificar relacions (connexions) entre el producte i el coneixement que hom té del repertori. En el llenguatge comú això és sovint descrit com «comprendre», «saber de què va», «esbrinar» o «desxifrar» quelcom. Evidentment, la utilització d'aquestes habilitats és relativament senzilla quan un consumidor es troba davant de productes reconeixibles. I ho és menys quan es troba davant d'un producte «nou», que pot aleshores requerir majors habilitats d'adaptació i reaprenentatge.

1.4.1. *Produir i consumir.* Tot i que qualsevol «persona dins una cultura» és a la vegada productora i consumidora, el coneixement i les habilitats requerides per a la producció no són idèntics als requerits per al consum. Com més grans siguin la complexitat o l'especialització implicades en el producte, més altes seran les probabilitats que hi hagi disparitats entre la capacitat de produir i la capacitat de consumir. En termes més planers, la capacitat d'interpretar no necessàriament *conduïx a o se sobreposa* amb la capacitat d'actuar.

1.4.2. *Consumidor i consumidors.* El conjunt dels consumidors no és una suma additiva d'individus, sinó una xarxa relacional de poder que pot determinar el destí d'un producte. A la pràctica, aquesta xarxa pot ser definida com un *mercat*. Quan un producte determinat, real o virtual (per exemple, el model que pot servir per a la fabricació d'un producte específic) és dirigit a un consumidor individual, la seva eficàcia pot ser comprovada de manera immediata a través de la interacció. Per altra banda, quan el producte es dirigeix a un grup anònim de consumidors efectius o potencials, els paràmetres d'èxit poden variar enormement, i normalment no hi ha manera de saber a l'avançada quin grau d'eficàcia pot ser assolit. Novament, el conjunt d'aquests paràmetres pot ser analitzat com el mercat rellevant.

1.5. Institució

La «institució» consisteix en el conjunt de factors implicats en el control de la cultura. És la institució qui governa les normes, aprovant-ne unes i rebutjant-ne unes altres. A la vegada, remunera o coopta els productors i els agents. Determina quins models (i productes, quan sigui pertinent) seran mantinguts durant un període més llarg de temps per una comunitat. Dit sense matisos, la institució pot ser entesa, igual que el mercat, com la mitjancera entre les forces socials i els repertoris culturals. Però a diferència del mercat, gaudeix de la capacitat de prendre decisions que es mantindran durant períodes de temps més llargs. Amb això em refereixo no tan sols a la «memòria col·lectiva» com un factor de cohesió de llarga durada, sinó a la tasca molt bàsica de preservar un repertori canonitzat per

tal que sigui transmès de generació en generació.

Els agents oficials que formen part de l'administració poden ser els membres més conspicus de la institució. Per exemple, tot tipus d'agències vinculades als repertoris educatius, como el Ministeri d'Educació. Altres oficines ministerials i acadèmies, institucions educatives (escoles de qualsevol nivell, incloent-hi les universitats), els mitjans de comunicació de masses en tots els seus vessants (diaris, revistes, ràdio i televisió), etc., poden funcionar també com a institucions centrals.

Tot i així, seria massa unidimensional concebre la institució simplement com la perpetuadora, o la salvaguarda de la cultura. La institució també pot incloure, o bé donar suport, a aquells productors que participen en l'elaboració dels repertoris. Aquests productors poden estar en competició amb altres actors implicats en la mateixa tasca, i que normalment compten amb millors posicions de partida.

Naturalment, aquesta enorme varietat no produeix, com si diguéssim, un cos homogeni capaç d'actuar en harmonia i que necessàriament aconseguixi reforçar les seves preferències. Dins de la institució hi ha lluites per la dominació, de manera que un grup o un altre aconseguix en algun moment ocupar el centre de la institució, tot convertint-se en l'*establishment*. Però a la vista de la varietat de la cultura, diferents institucions poden operar a la vegada en diferents seccions del sistema. Per exemple, mentre un cert repertori pot haver aconseguit ocupar la cultura, les escoles o les esglésies centrals, altres activitats i cossos organitzats poden encara obeir a certes normes que ja no són acceptables pel grup que dona suport a aquell repertori.

Per tant, en la cultura la «institució» no està unificada. I certament no correspon a un edifici en un carrer particular, encara que els seus agents poden ser detectats en edificis, carrers i cafès (vegeu, per exemple, Hamon i Rotman 1981, amb totes les objeccions necessàries; o també Lottman 1981). Però qualsevol decisió que sigui presa, a qualsevol nivell, per part de qualsevol agent, depèn de les legitimacions i les restriccions fetes per certes seccions rellevants, particulars, de la institució. La naturalesa de la producció, així com la del consum, està governada per la institució; òbviament, ateses les correlacions amb tots els altres factors operatius en el sistema.⁶

1.6. Mercat

El «mercant» és el conjunt de factors relacionats amb la compra i la venda del repertori cultural, és a dir, amb la promoció dels diferents tipus de consum. Com

6. La formulació de Bourdieu resulta en aquest sentit molt pertinent, en quant precaució contra una explicació simplificada dels prestigis (Bourdieu 1977: 7): «*Ce qui fait les réputations, ce n'est pas, comme le croient naïvement les Rastignacs de province, telle ou telle personne 'influente,' telle ou telle institution, revue, hebdomadaire, académie, cénacle, marchand, éditeur, ce n'est même pas l'ensemble de ce qu'on appelle parfois 'les personnalités du monde des arts et des lettres,' c'est le champ de production comme système de relations objectives entre ces agents ou ces institutions et lieu des luttes pour le monopole du pouvoir de consécration où s'engendrent continûment la valeur des œuvres et la croyance dans cette valeur.*»

la institució, el mercat fa de mitjancer entre l'intent d'un productor de fer un producte i les possibilitats d'aquest producte d'assolir amb èxit uns objectius (un consumidor o consumidors). Per tant, el mercat és responsable de la transformació dels intents en possibilitats. En termes concrets això s'aplica a l'eficiència o a l'absència d'un producte particular, però no és el producte com a objecte, o com a seqüència aplicada, allò que és negociat pel mercat, sinó el repertori (model, etc.) que fa aquests productes possibles. En absència d'un mercat, no hi ha altre espai on qualsevol aspecte del repertori cultural pugui guanyar terreny. Com més gran sigui l'espai, majors seran les possibilitats de proliferació. Està clar que un mercat reduït restringeix de manera natural les possibilitats que una cultura es desenvolupi. Per tant la *proliferació del mercat es dona en propi interès de la promoció cultural*.

El mercat pot manifestar-se no tan sols en institucions explícites d'intercanvi de mercaderia com clubs i escoles, sinó que comprèn també tots els factors que participen de l'intercanvi semiòtic i de certes activitats associades. Mentre que és la «institució» la que prova de dirigir i dictar els tipus de consum, tot determinant els preus (valors) dels diversos elements de la producció, allò que determina el seu èxit o fracàs és la mena d'interacció que la institució és capaç d'establir amb el mercat. En la realitat sociocultural, els factors de la institució i els del mercat poden coincidir de manera natural sobre un mateix *espai*: per exemple, les corts reials o els salons literaris són alhora institucions i mercats. Però els agents específics que representen el paper d'una institució o bé d'un mercat —per exemple, els venedors i els compradors— poden no coincidir en absolut. Una escola qualsevol, per exemple, és una branca de «la institució» en funció de la seva capacitat per subscriure el tipus de propietats que l'*establishment* dominant (és a dir, la part central de la institució) desitja vendre als estudiants. Ara bé, també és el mercat mateix que ven aquests productes. Els professors funcionen, de fet, com a agents del mercadeig, és a dir, com a venedors. Els clients potencials, aquells a qui estan adreçats els productes, els qui esdevenen, vulguin o no, d'alguna manera consumidors, són els estudiants. Els mitjans proporcionats per l'escola, inclosos els esquemes interns d'interacció, constitueixen de fet el mercat en un sentit estricte. Tanmateix, tots aquests factors en conjunt poden ser concebuts globalment com un «mercant», si el que interessa és una anàlisi més específica.

ITAMAR EVEN-ZOHAR

Traducció d'Anna Romero i Jaume Subirana

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Pierre BOURDIEU, *La Production de la Croyance*, dins *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 13 (1977), ps. 3-43.

—, *La distinction: critique sociale du jugement* (París, Éditions de Minuit, 1979).

—, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Trad. de Richard Nice (Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1984).

Robert BOYD i Peter J. RICHERRSON, *Culture and the Evolutionary Process* (Chicago, University of Chicago Press, 1985).

Karl BÜHLER, *Sprachtheorie* (Jena 1934).

Norbert ELIAS i Éric DUNNING [1986], *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process* (Oxford, Blackwell, 1993).

Itamar EVEN-ZOHAR, *System, Dynamics and Interference in Culture* (1990a), dins EVEN-ZOHAR, «Polysystem Studies. Poetics Today», 11(1990), ps. 85-94.

—, «Polysystem Studies. Poetics Today», 11, p. 1 (Durham, Duke University Press, 1990) Número especial de «Poetics Today».

—, *La función de la literatura en la creación de las naciones de Europa*, dins *Avances en teoría de la literatura: estética de la recepción, pragmática, teoría empírica y teoría de los polisistemas* (Darío Villanueva, ed.) (Santiago de Compostel·la, Universidad de Santiago de Compostel·la, 1994), ps. 357-377. [Consultable on-line a http://www.tau.ac.il/~itamarez/ps_esp/fun_lit_s.htm]

Stephen GREENBLATT, *Renaissance Self-fashioning: From More to Shakespeare* (Chicago, University of Chicago Press, 1980)

Hervé HAMON i Patrick ROTMAN, *Les intellocrates: Expédition en haute intelligentsia* (París, Ramsay, 1981).

Roman JAKOBSON, *Linguistics and Poetics*, dins *Linguistics and Style* (Thomas A. Sebeok ed.) (Cambridge, MIT Press, 1960), ps. 350-377. Edició catalana: *Lingüística i poètica*, dins *Lingüística i poètica i altres assaigs* (Barcelona, Edicions 62, 1989), ps. 37-78.

—, *Metalanguage as a Linguistic Problem*, dins *The Frame Work of Language* (Ann Arbor, Michigan Studies in the Humanities, 1980), ps. 81-92.

Herbert R. LOTTMAN, *La rive gauche: du front populaire à la guerre froide* (París, Seuil, 1981).

Fritz MACHLUP, *Knowledge and Knowledge Production* (Princeton, Princeton University Press, 1981).

Kenneth L. PIKE [1967], *Language in Relation to a Unified Theory of the Structure of Human Behaviour*. 2ª Rev., «Janua Linguarum, series maior», 24 (L'Haa, Mouton, 1971).

H. Ronald PULLIAM i Christopher DUNFORD, *Programmed to Learn: An Essay on the Evolution of Culture* (Nova York, Columbia University Press, 1980).

William ROSEBERRY, *Balinese Cockfights and the Seduction of Anthropology*, «Social Research», 49 (1982), ps. 1.013-1.028.

Edward SAPIR [1924], *Culture, Genuine and Spurious*, dins *Selected Writings in Language, Culture and Personality* (David G. Mandelbaum ed.) (Berkeley i Los Angeles, University of California Press, 1968), ps. 308-331.

Rakefet SHEFFY, *Models and Habitus: Problems in the Idea of Cultural Repertoires*, «Canadian Review of Comparative Literature / Revue Canadienne de Littérature Comparée», vol. XXIV, 1 (març de 1997), ps. 35-47. [Consultable on-line a <http://www.tau.ac.il/~rakefet/papers>].

Ann SWIDLER, *Culture in Action: Symbols and Strategies*, «American Sociological Review», 51 (abril de 1986), ps. 273-286.

Jurij TYNJANOV, *Arxaisty i novatori*. Reeditat a Múnic, Fink, 1967 (Moscou, Akademia, 1929).

Michel ZINK, *Le lyrisme en rond. Esthétique et séduction des poèmes à formes fixes au moyen âge*, «Cahiers de l'Association Internationale des Études Françaises», 37 (1980), ps. 71-90.