

# Crear una realitat

Vanesa Gamero González  
Milena Gamero González

PID\_00202456



*Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>*

# Índex

<b>1. Comunicació, societat i realitat.....</b>	<b>5</b>
<b>2. Llenguatge, discurs i narracions.....</b>	<b>7</b>
2.1. Llenguatge .....	7
2.2. Discurs .....	12
2.3. Narracions .....	14
2.3.1. Exemple d'una sèrie televisiva .....	18
2.4. Canvi de narrativitat amb les noves tecnologies .....	19
2.4.1. Cites en línia .....	20
2.4.2. Sistema judicial enfront de la generació Internet .....	21
2.4.3. Canvi d'actitud per la sostenibilitat .....	22
2.5. Determinació de la narració .....	22
2.6. Censura .....	24



## 1. Comunicació, societat i realitat

**Estragon:** Didi.

**Vladimir:** Sí.

**Estragon:** No puedo seguir así.

**Vladimir:** Eso es un decir.

**Estragon:** ¿Y si nos separásemos? Quizá sería lo mejor.

**Vladimir:** Nos ahorcaremos mañana. (Pausa) A menos que venga Godot.

**Estragon:** ¿Y si viene?

**Vladimir:** Nos habremos salvado.

[...]

**Vladimir:** ¿Qué? ¿Nos vamos?

**Estragon:** Vamos.

(No se mueven.)

Samuel Beckett (2003). *Esperando a Godot*. Barcelona: Sol 90.

La comunicació és un procés complex que confirma la nostra realitat com a éssers socials. A simple vista podem pensar que és senzill entendre com ens comuniquem, però un cop ens endinsem en aquest camp veiem que és tan complex que no tenim temps ni espai en aquestes pàgines per a explicar-ho.

Tanmateix, la comunicació no només és un mètode per a enviar informació, sinó que crea coses, dóna forma a les diferents realitats. La comunicació té el poder de reificar l'individu, els processos, les històries i els diferents elements que componen la vida quotidiana i el nostre coneixement sobre el món.

No només la realitat d'una guerra serà diferent segons el mitjà que escoltem o llegim, sinó que el fet de fumar, per posar un exemple clar, també serà entès de manera diferent; fins i tot la nostra identitat, ja que nosaltres mateixos ens configurem amb la interacció que establim al llarg de la vida. El que som i el que no som depèn de les persones amb qui interactuem, de quina interacció es desenvolupa i de la performativitat que se'n deriva. En aquest procés de comunicació o, si l'entendem de manera plural i heterogènia, en aquests processos de comunicació es crea, manté o canvia la nostra identitat, el significat d'un fet, una acció o una història, una justificació, un relat diferent o un procés determinat.

Les nostres actituds, valors, creences i el nostre coneixement sobre el món són socials, no pas individuals. A diferència del que creiem o d'allò que el sentit comú ens fa estimar com a cert, les nostres opinions, els nostres valors i les actituds que tenim davant de les accions i els esdeveniments de la vida no

són un procés individual de creixement, de raonament i de gust personal; són, en canvi, una construcció social de cadascuna d'aquestes parts, ja que estem immersos inexorablement en un procés cultural determinat.

Des de l'anàlisi de la semiòtica fins a l'anàlisi del discurs i de les narratives, podem subratllar que les coses no són aquestes coses específiques en si mateixes, sinó que la cultura de la qual no ens podem desprendre hi interfereix i els atribueix significat. No ens podem desprendre, per exemple, de la tradició religiosa del nostre país; podem ser ateus o agnòstics, però la influència de la institució religiosa que predomina al nostre país hi és present. Una anàlisi històrica a l'estil de Foucault ens faria veure les reminiscències d'aquest tipus de pensament, i que moltes de les nostres actituds i valors estan profundament interrelacionades amb un pensament religiós sigui passat o present que forma el tipus de societat que tenim al nostre país. Passa el mateix quan aprofundim geogràficament, per regions, comunitats autònomes o províncies, comarques o ciutats, pobles o barris concrets. Tots tenen la seva història i la seva identitat i també milers de processos que els han convertit en elements amb característiques pròpies, sentiments, actituds, creences i valors determinats.

Hay una cierta fractalidad en la concepción: una sociedad está llena de sociedades y dentro de éstas hay más sociedades. La idea de Mead (1927), el "mejor" fundador de la psicología social, de que una interacción entre dos es ya una sociedad, y así entre tres, treinta o treinta mil, hace eco de esto.

Pablo Fernández Christlieb (2004). *La sociedad mental* (pàg. 27). Barcelona: Anthropos.

La realidad es solamente el otro nombre de la sociedad; lo que pasa es que la sociedad, para desenvolverse, necesita inventarse algo que parezca distinto y exterior a sí misma que pueda ir conociendo, y a medida que lo conoce, lo fabrica, y en la medida que lo conozca, se conoce a sí misma. Es como uno que para conocerse se compra un espejo, pero ya frente al espejo, no sólo se conoce, sino que también se peina, y entonces al mismo tiempo que se conoce se construye una apariencia, que es, recursivamente, lo que va conociendo. [...] Nadie puede ser un viajero si no viaja, y entonces resulta que el viaje hace viajeros al mismo tiempo que el viajero hace viajes. La sociedad hace la realidad en el justo instante que la realidad hace la sociedad.

[...] Es cierto que los aviones se caen de facto, pero también se caen de palabra, o sea, que si uno fuera hongo o cimiento de hormigón, ambos objetos que no hablan, el hecho de que se hubiera desplomado el primer Concorde en el año dos mil no sería un hecho: no hay consternación al respecto por parte de la comunidad de hongos; asimismo, si uno sabe hablar, pero resulta que es habitante del siglo veintisiete o venusino, la tragedia no ha de ser muy real. En efecto, la realidad es lo que está entre el lenguaje, los objetos, el tiempo y el espacio, y por lo tanto, no puede estar aparte o en otra parte que la sociedad: la realidad es estrictamente la sociedad. Y viceversa: la sociedad es la realidad.

Pablo Fernández Christlieb (2004). *La sociedad mental* (pàg. 15). Barcelona: Anthropos.

## 2. Llenguatge, discurs i narracions

Tal com s'esmenta en el mòdul "Comunicació", la funció del llenguatge no es limita a la representació de la realitat. En les pàgines que segueixen ens centrarem en la seva dimensió creadora.

### 2.1. Llenguatge

La comunicació tradicionalment s'ha vist com un procés que conduïa una informació o un missatge d'un lloc a l'altre. De la mateixa manera, el llenguatge ha estat vist com una eina que ajuda a transmetre o a conduir aquests missatges, que acostumen a ser pensaments, sentiments o idees; per això s'ha parlat de la metàfora de la transmissió o conducció del llenguatge. De totes maneres, el llenguatge és més que un reflex d'allò que sentim, pensem o volem expressar. La relació entre llenguatge i pensament ha estat sempre controvertida. És cert que el llenguatge només ens ajuda a expressar allò que tenim dins nostre? La veritat és que el llenguatge ens ajuda a crear, a reproduir i a mantenir una realitat social. El llenguatge dóna forma a uns conceptes, a unes pràctiques socials, a la nostra identitat i al món en general. La funció del llenguatge no és només descriptiva, sinó que és també productora i creadora d'allò que anomena.

El llenguatge és constitutiu dels marcs interpretatius i conceptes que donen forma a una realitat que no existia abans que el llenguatge mateix.

Una idea que referma aquesta teoria és el fet que, com va dir Saussure, els signes són arbitraris. La relació entre significat i significat és arbitrària com també la relació dels mateixos significants amb els conceptes que representen. La divisió del món en categories podia haver estat d'una altra manera; de fet, molts exemples demostren que les categories amb què definim l'entorn han estat objecte d'un context social, històric, geogràfic, econòmic i polític determinat.

Ara parlem d'assetjament laboral o *mobbing*, d'addicció a Internet i dels *hikikomoris*, que tenen un trastorn definit com a *aïllament social*. Els joves japonesos es tanquen a la seva habitació i s'hi poden passar mesos i, fins i tot, anys. Així, els pares, germans, etc. poden estar tot aquest temps sense veure'ls, tot i compartir casa. Ha transcendit als mitjans, els psicòlegs han començat a investigar aquest nou trastorn i a especialitzar-s'hi, i últimament es comença a dir que ha traspassat les fronteres geogràfiques i culturals i que ja hi ha hagut casos a Occident. Passa el mateix amb sentiments que nosaltres sentim, com la *saudade* dels brasilers; nosaltres com a molt sentirem nostàlgia. Fa molts anys, ser gai era un trastorn psicològic que podia superar-se, la gent no parlava d'estress com ho fa ara i, fins que Rosa Parks va decidir no aixecar-se del seu seient, el món als Estats Units estava dividit, categoritzat i entès per a blancs i negres separatament.

#### L'homosexualitat

L'homosexualitat era considerada un trastorn sexual i no va ser fins al 1973 que va ser eliminada del DSM-II (*Manual diagnòstic i estadístic dels trastorns mentals*), i el 1990 l'OMS la va suprimir del CIE-9. Malgrat tot, encara hi ha grups de teràpia de reconversió o reparatives en certs llocs del món.

Tots nosaltres estarem d'acord amb l'enunciat: les persones actuem de manera diferent perquè pensem de manera diferent. Si tothom pensés igual, tothom actuaria de la mateixa manera, prendria les mateixes decisions i analitzaria les situacions amb els mateixos criteris. Però anem més enllà d'allò que el sentit comú ens fa acceptar sense discrepar. Si seguim aquest fil conductor, diríem que les persones pensem diferent perquè tenim codis culturals i categories diferents.

Per tant, les persones tenim opinions i percepcions diferents del món que ens envolta perquè tenim codis i categories culturals diferents.

Amb aquesta premissa, l'antropòleg i lingüista nord-americà Edward Sapir i l'estudiant Benjamin Lee Whorf van desenvolupar la coneguda **hipòtesi de Sapir-Whorf** i van arribar a la conclusió que les persones fan servir categories diferents perquè parlen llengües diferents. El principi de **relativitat lingüística** atribuït al lingüista nord-americà Whorf estableix que idiomes diferents produeixen categories i codis culturals diferents i, per tant, maneres diferents de pensar i conseqüentment maneres diferents de percebre la realitat i de comportar-se. Gran part dels seus estudis els va fer amb els indis Hopi d'Arizona i la seva llengua. Així mateix, són coneguts tots els estudis fets principalment amb la percepció dels colors.

Un exemple clàssic és que els inuits poden anomenar diferents varietats de neu, mentre que nosaltres només podem dir-ne *neu*; o que poden veure moltes tonalitats diferents de blanc, mentre que nosaltres les englobaríem totes sota la categoria "blanc".

Els detractors d'aquesta hipòtesi han remarcat que aquest exemple tan conegut que il·lustra la hipòtesi de Sapir-Whorf només és una mala interpretació de la recerca feta i que s'ha arribat a convertir en una llegenda urbana. No obstant això, si podem estar d'acord que els significats divideixen el món en categories, la manera com està ordenat el món no és una qüestió física o lògica, moltes vegades és una qüestió cultural, i els colors en són un bon exemple.

Saussure ens assenyala que els signes, com a entitats relacionals, tenen significat depenent de la seva relació amb altres signes i no depenent d'allò que representen.

Per exemple, el que entenem per salut ho relacionem amb la malaltia, o més aviat amb l'absència de malaltia; el que entenem per alegria és per oposició a tristesa, però diferent d'entusiasme, sorpresa o excitament. Passa el mateix amb gos, cadira o mà.

En el si d'aquestes relacions i dels seus usos en la vida quotidiana, construïm els significats. No podem oblidar els **usos socials** de les paraules i dels conceptes. Amb les nostres pràctiques, relacions i interaccions amb la resta del nostre entorn, creem, fem i qüestionem (resignifiquem) els significats de la nostra llengua.

### Rosa Parks

Rosa Parks (1913-2005) va ser una dona negra reconeguda com a icona i considerada la incitadora del moviment pels drets civils als Estats Units perquè no va voler cedir el seu seient a l'autobús a un home blanc com li exigia el conductor de l'autobús i la llei d'aquell moment.



–T'ho torno a explicar? –va preguntar Wittgenstein.

–Sí, si us plau –va respondre la Lila. Esperaven Sòcrates. La Lila els ensenyaria com podien veure en Ben a través dels monitors.

–El món és la totalitat dels fets, no de les coses. Tot depèn de la lògica, de les proposicions. Però no de les inútils, com ara "Això està bé". No pots analitzar realment el significat d'aquesta afirmació.

–No?

–No! Però llavors vaig canviar d'opinió i se'm va acudir una idea molt millor.

–Digues. –La Lila va engegar el sistema de monitors.

–Tu no expliques què és el vermell dient que és un color i que forma part d'una certa categoria, sinó que dius: aquest llibre és vermell. Ho has d'ensenyar, no explicar-ho. El significat d'una paraula és la manera com la utilitzem. El significat no prové d'una correspondència entre una proposició i un fet. Això, és clar, és una versió sorprenentment bàsica de les meves idees, però és que has de començar a poc a poc. –Wittgenstein se la va mirar amb compassió– Suposo que has sentit a parlar del meu argument sobre el llenguatge privat...

–És clar.

–Explica-me'l.

–Doncs... bé, m'encantaria escoltar la teva versió, directament de la boca del filòsof.

–Molt bé. La visió tradicional afirma que el llenguatge descriu una experiència privada: Tinc dolor és la identificació pública d'una sensació privada determinada, que només té i coneix qui la viu. Si les paraules serveixen per etiquetar coses secretes que no es poden compartir, és ben clar que aquest llenguatge resulta intel·ligible. En aquest cas, una altra persona no pot seguir d'una manera lògica la regla d'utilització de les paraules. I ni tan sols el parlant ni hi trobarà cap sentit. No et pots preguntar a tu mateix: Tinc dolor? És aquesta, l'expressió més adequada? Si saps com preguntar sobre el dolor, saps què és el dolor i...

–Em sap greu arribar tard –va dir Sòcrates, que va entrar a l'habitació esperitat i sense alè.

–Ludwig m'estava explicant la seva obra –va dir la Lila.

–Ah, sí? Llavors sí que em sap greu haver fet tard.

–Com sempre –va dir Wittgenstein–. El teu problema és que vols seure a sis tamborets alhora i només tens un cul.

–Un comentari molt amable per part teva. Aquest cop el meu cul s'havia centrat en la tasca de revisió de l'última tanda de sol·licituds.

–N'hi ha cap de bona? –A la Lila sempre li agradava que entrés gent nova al món de les idees. Al contrari que Wittgenstein.

–Si us plau, no em diguis que vindrà Derrida.

–No li podíem dir que no, oi?

–Que no podíeu?

–No sé per què vols la meua feina: l'administració et desesperaria –va dir Sòcrates. La Lila es va mossegar la llengua– Mira, és un filòsof important i la gent d'aquí ja l'espera. Últimament tenim poques sol·licituds... bé, de fet ja fa un temps... i no ens podem permetre el luxe de ser gaire llepafils.

–Sempre ens podem permetre el luxe de ser-ho –va dir Wittgenstein.

Lucy Eyre (2007). *Si la ment pogués volar*. Barcelona: Empúries.

Si pensem en la interpretació, podem considerar-la, en si mateixa, un signe que serà interpretat; així, successivament es faran interpretacions il·limitades de manera circular. Algunes interpretacions noves faran, per exemple, que la conversa derivi a temes ben llunyans del propòsit inicial.

Així, podríem dir que els mitjans contribueixen activament a construir la cadena d'interpretacions i de reinterpretacions dels signes.

Per això és impossible determinar el significat absolut i final d'una cosa. Els mitjans modifiquen i/o produeixen aquests significats, que poden variar amb el temps i les situacions.

Les noves tecnologies han introduït significats nous i els antics han estat re-significats. Navegar, fer una perduda, o posar un *poke* al Facebook són, ara, habituals; conceptes com fumar i la sostenibilitat han variat amb el temps.

John Langshaw Austin (1911-1960) és reconegut perquè va donar a conèixer que les paraules **fan** coses. Les frases i el llenguatge no només descriuen els objectes o conceptes a què fan referència, sinó que fan una cosa pel fet d'ésser enunciat. Així, al principi va parlar de dos tipus d'enunciats –constatius (descriu una cosa: "és una maleta petita", "plou") i realitzatius (fa una cosa només pel fet de ser enunciat: "us declaro marit i muller", "és millor deixar-ho durant un temps" o la sentència d'un jutge)– i va arribar a la conclusió final que tots els enunciats fan totes dues coses alhora; tant descriuen coses com les fan. Aquesta indistinció entre enunciats constatius i realitzatius va generar la seva conegudíssima **teoria dels actes de parla**.

La teoria dels actes de parla remarca que tots els enunciats fan alguna cosa, i que es produeix un acte locutiú, il·locutiú i perlocutiú.

Si la teva filla petita s'apropa a tu i diu "tinc gana", l'acte locutiú és l'enunciat mateix, l'il·locutiú és l'acció que fa l'emissor quan expressa l'enunciat –en aquest cas, demanar a la persona a la qual s'adreça alguna cosa per menjar, una petició de dinar o reclamar "que a aquestes hores encara no hàgim sopat"–, el perlocutiú és l'efecte –començar a preparar el sopar.

Hem de tenir sempre presents les convencions, regles i normes, i també el context per tal d'entendre el significat o el que fa un enunciat, és a dir, la seva força il·locutiva.

Si som en una discoteca o un bar i algú que no coneixem ens diu "Vols fer una copa?", ens ho prendrem diferent que si ens ho pregunta un amic. Segurament, interpretarem que aquesta persona intenta establir una conversa, que vol flirtejar o que ens vol seduir. En tot cas, sabem del cert que no està preocupat per si tenim set o no tenim prou diners per a demanar una copa.

Les coses resulten i existeixen gràcies a la seva construcció lingüística.

Les coses no són entitats independents i separades que el llenguatge mira de descriure de la manera més fidel possible; el llenguatge és constituït de les coses i de la vida social. Com a coses "reals", tenen efectes en la nostra vida, no obstant això, no serien el que són si no fos pel llenguatge, els discursos i narracions que les envolten. Aquests, a la vegada, depenen del context social, cultural, polític, econòmic, etc. És molt important, per tant, adonar-se de totes les opcions plausibles que deixem fora quan utilitzem una paraula, un discurs, etc., o uns altres. Quines implicacions té això? Aquesta és una pregunta que ens hauríem de fer sempre per tal d'entendre i analitzar tots els "textos".

Amb les emocions encara hi ha hagut més controvèrsia; ha estat un tema més difícil d'estudiar, ja que no són objectes discrets ni entitats físiques manipulades en un laboratori; les emocions ens poden ajudar a pensar si tot és llenguatge o si hi ha alguna cosa més enllà del llenguatge, coses inefables que s'escaparien a aquest món lingüístic.

Arran de totes aquestes explicacions podríem concloure que:

Comunicar és fer.

El context dóna sentit i coherència a les paraules, expressions o converses. Tots sabem que les paraules o enunciatos poden tenir significats diferents segons la situació en què es diuen. Per això la conversa entre Vladimir i Estragon no té sentit i és un absurd. Tots dos personatges trenquen contínuament les normes implícites que esperem d'una conversa trivial i banal o d'una conversa seriosa; per tant, les nostres expectatives no es compleixen. Garfinkel, amb els seus treballs d'etnometodologia, ens diria que hi ha una infracció de les normes socials implícites que regulen les nostres conversacions quotidianes, i que s'arriba, per tant, a un absurd.

Vladimir i Estragon creen la realitat de la seva espera. Dir que esperen Godot recull la funció realitzativa i constatativa; no només descriu el que fan, sinó que construeix aquest fet. Mentre parlen, construeixen aquesta seqüencialitat, que va configurant el context i la situació en què es troben.

El gir lingüístic, doncs, situa el llenguatge en el centre d'atenció d'estudiosos i investigadors, que l'entenen com a formador i constructor de la nostra realitat i deixen de mirar-lo des d'una perspectiva descriptiva i prou. L'anàlisi de la conversa, l'anàlisi del discurs o psicologia del discurs, com també un enfocament des de les narratives, parteixen d'aquesta mateixa idea.

## 2.2. Discurs

En una conversa, tant se val si és un tema lleuger o frívol o un tema profund, els participants construeixen tant la realitat mateixa de la conversa, les seves identitats, com les seves relacions i allò de què parlen.

Val la pena dir que els analistes de la conversa han insistit en la importància del context, que modifica el sentit del que es diu però a la vegada es forma per les accions que es duen a terme durant la conversa. El context és, doncs, configurat al llarg de la seqüencialitat de la conversa.

Una conversa és una seqüència de torns de paraules, entesos com a accions, que fan alguna cosa; les paraules no són enteses com a descripcions amb la idea d'explorar els processos psicològics subjacents en els enunciat, no aspirem a veure les motivacions i disposicions dels subjectes de la conversa, sinó que amb cada torn de paraula estudiem què fa aquest enunciat.

Els analistes de la conversa estudien els patrons que regulen les converses quotidianes, les normes i els mètodes que fem servir per a mantenir conversacions amb ordre i una coherència determinada. Transcriuen converses i anoten fins i tot les exclamacions, interjeccions, sospirs, silencis, etc.; i els silencis seran entesos com a informació o com a resposta, no com una absència de resposta.

En l'anàlisi de la conversa es parla dels parells adjacents que es donen. A cada torn de paraula s'espera un parell adjacent; n'hi ha de preferents i de no preferents. Per exemple, en una invitació, el parell adjacent serà l'acceptació, i el no preferent, el refús.

Cada torn de paraula modifica i configura el torn de paraula següent, que, alhora, modifica el sentit del primer.

Un cas que il·lustra perfectament això és el de Celia Kitzinger i Hannah Frith, que demostren que les campanyes i programes enfocats a donar força i assertivitat a les dones a l'hora de dir **no** a la coacció sexual són erronis. Com que, segons l'anàlisi de la conversa i els estudis dels parells adjacents, el parell preferent seria l'acceptació, i el no preferent, el refús (que es dóna amb pauses, excuses o estratègies que suavitzen el missatge negatiu), la paraula *no* no és necessàriament part del refús; no cal que una dona digui la paraula *no* perquè l'altra persona entengui que rebutja la invitació, ja que els models normatius de conversació són entesos per tots els membres d'una mateixa cultura.

Tant homes com dones utilitzem maneres paliatives per a rebutjar qualsevol tipus d'ofertament. D'aquesta manera, un *no* pot significar un *sí* i un *sí* pot significar un *no*. Les darreres campanyes, com la que mostrem a continuació, han traslladat el focus de dir **no** a dir **sí**, és a dir, al consentiment. D'aquesta mane-

ra, es posa l'èmfasi en l'home, ja que som en una cultura heterocentrada, acostumada a preguntar i a sentir el sí. En tots dos casos, la responsabilitat recau en la resposta de la dona, en la seva capacitat d'expressió comunicativa, que se suposa clara i fora de les maneres normals i ordinàries de rebuig i acceptació.



I really like it when you...



ask.

Sex without consent is sexual assault. Ask permission every time and wait to hear "yes" before any sexual activity. If you've ever felt coerced or forced into sexual activity, it is ok to talk about it. To speak to a trained advocate anytime, call the OCRCC (Orange County Rape Crisis Center) at (919) 967-7273 or 1-866-WE-LISTEN.



ASK!

For more information, go to: <http://unc.edu/safe>.

### Exemple d'una conversa quotidiana

Els dos membres d'una parella són dins d'un cotxe. La dona seu al volant.

**Ell:** Darrere de la furgoneta blava no ve ningú... ja pots treure el morro. No, espera, ara ja no pots. Tu mira cap allà, que jo et diré quan pots sortir.

**Ella:** Moltíssimes gràcies. Val més que t'asseguis com cal i que em deixis veure la carretera.

**Ell:** No t'ho prenguis tan a la valenta, eh? Que jo només volia ajudar...

**Ella:** No la necessito pas, la teva ajuda. Sóc perfectament capaç d'arribar fins al supermercat sense tantes instruccions. Segur que, si fos un home, no gosaries obrir la boca.

**Ell:** Es pot saber què vols dir? No pares de queixar-te que no t'ajudo prou i, el dia que m'hi poso, ves amb què em surts!

**Ella:** Prou que ho saps, què vull dir. Si fos un home, no t'hauria passat pel cap insinuar que sóc incapaç d'agafar el cotxe tota sola. Només ho fas per a sentir-te més home.

**Ell:** Què t'empatolles? Saps perfectament que això que dius és una bestiesa. Però, és clar, la senyora té ganes de barallar-se i es dedica a fer-se la feminista, que sempre queda bé. Doncs, mira, saps què et dic? Que és l'última vegada que em prenc la molèstia d'ajudar-te. Si no vols que t'ajudi, millor per a mi.

Vivien Burr (1997). *Introducció al construccionisme social*. Barcelona: EDIUOC/Proa.

Vivien Burr presenta un cas típic de desacord entre una parella a l'hora d'interpretar un fet qualsevol. Tots dos personatges reclamen la rúbrica de la veritat per a la seva versió dels fets. Cadascú mira de definir el comportament de l'altre i el sentit de les intervencions respectives és objecte de contestació. Ella interpreta que la intenció d'ell és feminitzar-la –en el mal sentit del terme–, pensa que d'aquesta manera ell subratlla la seva masculinitat. Ell, en canvi, diu que les seves paraules són un acte de generositat, intenta revestir la seva identitat d'home considerat i modern, i rebutja la identitat masclista que ella li atribueix. Ella vol ser identificada com una dona capaç i intel·ligent; recordem que l'autosuficiència és un gran valor en la nostra cultura i en aquest moment

sociohistòric per a la nostra identitat. A ella no li fa cap gràcia que pensin que necessita ajuda o, pitjor encara, ajuda d'un home. Tot això de la particularitat home-dona també està molt immers en el moment sociohistòric i en la societat en què vivim. Com podem observar, tots tenen un enfrontament lingüístic enfocat a construir, mantenir o rebutjar una identitat; això provoca que el llenguatge també sigui un vehicle per al canvi social. Sobretot ho podem veure en les persones limitades o oprimides per la seva identitat (és el cas dels homosexuals, de les prostitutes, etc.).

Partint de la idea de Saussure que hem comentat, hem de pensar que les persones que creen qualsevol narració audiovisual o qualsevol text escullen continuament entre alternatives possibles; aquestes opcions escollides tenen conseqüències en el significat del producte final. La selecció d'un element davant d'altres alternatives i la relació entre aquest element escollit i els elements alternatius s'anomena **dimensió paradigmàtica** d'un text.

Hi ha eleccions paradigmàtiques conscients, no obstant això, les més interessants són les inconscients, les que es fan sense pensar ni reflexionar, que es donen per fetes i que es troben tan normalitzades en una cultura que ningú es qüestiona cap elecció possible. Són normes, maneres d'entendre i conceptes tan arrelats que són automàtics. Molts cops, aquests paradigmes i les seleccions que es fan mostren de manera amagada i/o subtil, sense un coneixement precís i explícit, claus per a entendre una cultura o una societat determinada. Sovint, s'han anomenat *símtomes*, i les anàlisis que fan els analistes textuais, *lectures simptomàtiques*. Quan analitzem un text, ja sigui un film o una conversa, podem percebre els valors i idees compartides per una societat o comunitat.

### 2.3. Narracions

Tant el cinema com les sèries de televisió ens serveixen per evadir-nos de la nostra vida quotidiana, monòtona; com Sísif, tenim un moment de felicitat. Ens identificarem amb els personatges i es convertiran en els nostres herois i heroïnes, i això ho farem d'una manera conceptual o emocional o, de vegades, de les dues maneres. Tot i que es considera que sempre hi ha identificació conceptual, en alguns casos pot ser que només hi hagi l'emocional. Això passa amb personatges com Dexter, Macbeth o els caràcters que recreava Alfred Hitchcock en pel·lícules com *Frenesí* i *Psicosi*. El tipus de vida que porten aquests personatges, com es comuniquen, què fan i com es vesteixen són característiques que qualsevol espectador pot veure de manera evident; però també hi ha el tipus de feina que fan, els amics que tenen, com passen el temps de lleure, les actituds que tenen davant les diferents situacions que viuen, la manera com resolen els problemes, els elements que consideren problemàtics i els que els provoquen alegria, els valors i aspiracions que tenen, etc.

Podem trobar, doncs, una descripció de la realitat que s'adscriu a un moment històric, social, polític i cultural diferent. Podem parlar de les diferents narracions que canvien i es transformen inexorablement amb el pas del temps i un

context geogràfic i històric específic. Podem avaluar i analitzar quins patrons i models es creen i/o s'hi reflecteixen. En les imatges, arguments i personatges es reifica la imbricació del teixit econòmic, polític i sociocultural que es presenta.

### ***El graduat***

Amb *El graduat* es presentava una imatge nova d'una generació nova. El protagonista masculí ja no era un home segur de si mateix, amb confiança, aparença dura, intel·ligent i atractiu. En aquest cas, Ben Braddock (Dustin Hoffman) és un jove insegur, que vol fugir de la influència dels pares i d'una societat que li marca el ritme; no vol el que els seus pares volen per a ell, però tampoc sap què vol, només vol el dret de poder escollir o el dret de no saber que vol.

Aquesta generació viu en una societat que li ha donat tot, en un estat del benestar que li ha proporcionat medicaments quan ha estat malalta, l'oportunitat de fer una carrera universitària, una casa amb piscina i un ambient familiar acollidor. Però, ara, aquests joves volen experimentar, no seguir el camí marcat, no haver de tornar allò que els han donat com si fos un préstec. Volen poder escollir a quina professió es volen dedicar, quines relacions volen establir, a quins objectius i desitjos volen aspirar.

Això és el que reflecteix la mítica escena en què Ben Braddock és a la piscina dels seus pares, vestit de bussejador (ha de fer una demostració davant dels amics dels seus pares) i és ridiculitzat. El personatge mostra una inseguretat extrema al llarg de tota la pel·lícula davant de la dona amb qui tindrà una aventura. No hi ha un final feliç ni un personatge heroic clàssic; mostra una joventut dels anys seixanta que, després de la guerra, va tenir accés a tot els que seus pares van aconseguir treballant i que els fa sentir que deuen alguna cosa.

Això fa que ens qüestionem si la societat es regeix i es guia a si mateixa pel que veiem en els mitjans o si, en canvi, el que veiem es crea a partir del que ja hi ha a la societat. Podríem aturar-nos a pensar si es tracta només d'un efecte de retroalimentació i interdependència, intrínsecament relacionat amb la constitució d'una societat.

Personatges com el que va interpretar Michael C. Hall en la sèrie *Dexter* es troben avui dia més potenciats. En aquesta sèrie de televisió, el protagonista és un psicòpata que assassina persones en cada capítol; de totes maneres, és un personatge que agrada i que fa que ens hi posicionem a favor. Pot arribar a matar el seu germà, però sempre serà en benefici de la societat, perquè mata violadors o altres assassins, gent que fa mal a la societat. Això converteix un acte incorrecte en un de correcte. Amb la justificació adequada, Dexter esdevé un personatge carismàtic, agradable i té tota la nostra simpatia i comprensió. El fi justifica els mitjans; es pot fer el mal sempre que sigui per a obtenir un bé més gran; es pot entrar en guerra sempre que sigui per a millorar la societat. Hi pot haver danys col·laterals, però es fa per a un bé universal, per a fer que el món sigui un lloc millor. La guerra de l'Iraq i la guerra de l'Afganistan, que encara no s'ha acabat, serien un bon exemple de la ideologia i valors que es transmeten.

Hi ha altres personatges que mostren més o menys el mateix que Dexter. Hugué Laurie a *House* és un personatge cruel que fereix amb el seu comportament i paraules; no obstant això, un cop més és per a obtenir un bé, per a curar una persona o per a arribar a saber què té un pacient.

El fet que, quan per exemple anem al cinema, esperem que al final els problemes o conflictes de la trama es resolguin demostra que tenim expectatives quan veiem una pel·lícula. Si això no passa o el final és massa obert o difícil d'entendre, l'espectador se sent decebut o pensa que la història no s'ha acabat, que ha de continuar per a saber del cert què ha passat. Les expectatives, doncs, són presents en les narracions, ja siguin converses sobre un incident quotidià que ens ha passat personalment a nosaltres o a un tercer, o un acudit, una novel·la, un conte, una pel·lícula o un programa televisiu.

Les expectatives estan immerses en la forma narrativa. La funció de la narració és molt més que escoltar i entendre un relat; ens ajuda a entendre i a construir una identitat de nosaltres mateixos, dels altres, de nosaltres en relació amb els altres, o que allò que sentim és amor, estima, amor maternal, soledat o, simplement, simpatia. Les narracions entorn de l'amor, per exemple, han estat moltes i molt diverses.

El concepte de l'amor ha existit sempre; les narracions de la mitologia grecolatina són plenes d'històries d'enamorament. No obstant això, els paràmetres i models d'aquesta passió i com és entesa són diferents: Aquil·les enamorat de Patrocle; Cupido i Psique; Càstor i Pòl·lux (Dioscurs), i el mateix Narcís enamorat de la seva imatge. En canvi, la narració de l'amor actual ha estat creada pel romanticisme i la cultura occidental; la manera d'apropar-nos a les nostres relacions de parella i a la recerca de l'amor té les arrels al segle XVIII. És, per exemple, la idea de la mitja taronja i de la complementarietat, en comptes de pensar i creure que no necessitem l'altre per a sentir-nos una unitat completa, de pensar que, seguint la metàfora, som una taronja sencera sense necessitat de trobar l'altre per a definir-nos amb una identitat sana, feliç i competent. L'amor i la sexualitat es troben heterocentrades i són enteses com la base de la institució familiar. El sistema hegemònic de pensament es pot observar en els mitjans i els seus continguts, que contínuament donen aquesta versió de la realitat.

El debat de l'instint maternal mostra les diferents versions de la realitat, les diferents narracions o discursos, ja que pot ser entès com un sentiment biològic o com una cosa que es construeix socialment, tal com passa amb la virginitat, l'avortament o la immigració.

Un bon exemple que il·lustraria això seria el que posa Catherine Orenstein (2003) al seu llibre *Caperucita al desnudo*, en què analitza el discurs implícit-explicit i la narració del conte infantil *La caputxeta vermella*, i assenyala com ha variat amb el temps, segons el segle i l'època.

Quan a França va aparèixer aquest conte de Perrault, la història deia que la dona que ha de ser verge, pura, etc. De fet, quan una dona perdia la virginitat, a França deien que "havia vist el llop" (*elle avait vu le loup*). En molts països el terme *llop* encara fa referència a un home que ronda o assetja una dona, caracteritzat amb trets més aviat salvatges i virils.

Aquest tòpic s'ha fet servir molt en publicitat (un cas paradigmàtic és l'anunci de Chanel N. 5), al cinema (*Hard Candy*, en què fins i tot es fa una picada d'ullet a Juno, protagonitzat per la mateixa actriu, Ellen Page, que en moltes escenes de la Juno porta sempre un jersei esportiu amb caputxa vermella), en sèries de televisió, videoclips, musicals, etc.



Menelau portant el cos inert de Patrocle, mort a mans d'Hèctor a la guerra de Troia.





a) Anunci Chanel N. 5. b) Caràtula del film *Hard Candy*, de David Slade (2005). c) Escena del film *Juno*, de Jason Reitman (2007).

Avui dia hi ha molts llibres infantils il·lustrats amb la caputxeta ficant-se al llit amb el llop vestit d'àvia. El conte de Perrault no era pas infantil, i la interpretació que se'n va fer ha estat extensament comentada. El conte i la seva narració han derivat en el que és avui dia; no obstant això, encara hi ha molt del que volia dir, i això ho mostra l'ús que se'n fa en publicitat.

La representació de la dona a la pantalla ha sofert un gran canvi; potser el més notable ha estat introduir la dona, també com a protagonista, al cinema d'acció. Darrerament, les dones protagonistes de les sèries de televisió –i parlem de sèries perquè sembla que tenen més influència, ja que duren més, fins i tot anys, i s'apropen més a models a seguir– *Sex in the City* o *Accidentally on Purpose* mostren dones madures, independents, molt atractives, a la moda, però, en tots els casos, amb l'únic objectiu de tenir èxit a l'hora de trobar una parella masculina. Podem dir que, moltes vegades, les narracions subjacents no són més que les que han estat utilitzades sempre per a representar la dona. Tot i que, de vegades, es maquillen d'una manera més subtil, Vivian (Julia Roberts) a *Pretty woman* i Carrie (Sarah-Jessica Parker) a *Sex in the city* no són més que la *Ventafocs* del conte infantil.

Una anàlisi com aquesta pot servir per a analitzar els canvis de les percepcions de les relacions de gènere i els rols. Avui dia, la idea que encara emmascara la dona és la de la *Ventafocs* de Disney: una noia passiva, dòcil, gentil, simple, bonica i delicada; diferent dels trets que, en la narració superficial, mostren els personatges actuals: dones resolutives, amb èxit i intel·ligents. Són adjectius que podrien descriure aquest personatge en el conte original, originari de la Xina, del qual potser només queda el peu tan petit de la protagonista.

En les versions narratives modernes de la *Ventafocs*, ens podríem preguntar què ha fet Vivian a part de ser bonica i ser al lloc adequat en el moment adequat? Ella mateixa, en una de les escenes finals, quan decideix marxar i deixar

Edward Lewis (Richard Gere) perquè s'adona que ell no li vol donar el que ella espera, té el somni de casar-s'hi i diu: "Vull el conte sencer". El "feliços per sempre" reforça els valors dominants en la nostra societat.

La idea del príncep blau i de sentir-se completa i plena només amb un home al costat és present. La satisfacció es troba en la relació perfecta, no en l'èxit professional o en les aventures diàries. La institució familiar continua essent molt forta, tot i que s'ha d'ajustar als nous models. Per tant, ara, les protagonistes passen dels trenta, saben què volen i són econòmicament independents, tot i que el fil conductor i el motor de la seva vida és la recerca d'una parella que les farà felices per sempre. La idea de consum és present a tot arreu, com l'ús de les noves tecnologies: a les pantalles constantment apareixen mòbils, recerques a Internet, correus electrònics enviats, estats al Facebook i iPod per a escoltar música. No obstant això, no hi ha personatges que fumïn, tal com la indústria del tabac emetia en els cinquanta. Els discursos són l'eix entorn del qual es vertebrava la societat; i la societat, com ens diu Pablo Fernández (2004), no és més que la realitat.

### 2.3.1. Exemple d'una sèrie televisiva

*The cove*, de Louie Psihoyos, que va rebre l'Oscar de l'Acadèmia al millor documental l'any 2009, exposa un clar exemple de la manera com els mitjans de comunicació, i en aquest cas una sèrie de televisió, poden crear una realitat.



En el documental apareix Ric O'Barry, que va ser responsable de la captura i entrenament dels dofins que van representar el personatge de Flipper en la mítica sèrie *Flipper* dels anys seixanta. Durant deu anys, Ric O'Barry va treballar a la sèrie, va conviure amb els dofins i va arribar a ser molt popular.

O'Barry explica com, a causa d'aquesta sèrie, es va crear la necessitat, les ganes i la possibilitat de veure dofins, de tocar-los, de jugar-hi i d'estimar-los. A conseqüència d'aquesta sèrie, es van començar a construir dofinaris arreu del món, els espectacles amb dofins es van convertir en un gran negoci –segons el documental, un dofí es ven per 150.000 dòlars.

Quan Cathy, el dofí principal que feia de Flipper, es va suïcidar<sup>1</sup>, Ric O'Barry va adonar-se del sofriment dels dofins en viure en captivitat. El van arrestar l'endemà perquè va provar d'alliberar dofins en captiveri, i fins avui ha estat arrestat moltíssimes vegades.

<sup>(1)</sup>Ric O'Barry diu que creiem que el suïcidi és exclusiu dels éssers humans, perquè pensem que som l'única espècie amb consciència de nosaltres mateixos, capacitat de socialitzar, aprendre i comunicar-nos.

La major part del documental està rodat al Japó, el gran proveïdor de dofins. Explica com els mitjans de comunicació censuren, cobreixen i deformen tot el que passa respecte d'aquest tema, com que la carn de dofí que es ven és tòxica, i que té uns nivells de mercuri que superen de trossos els tolerats, o que els consumidors compren carn de dofí que és etiquetada com a carn de balena. Demostra que les comissions internacionals que protegeixen els cetacis molts cops estan implicades en aquest encobriment. En preguntem, per tant: on són les grans organitzacions com Greenpeace? Per què no hi ha ningú allà per a denunciar aquesta situació?

El joc, les estructures de poder, els sistemes de control, el coneixement col·lectiu de les persones, o el desconeixement del que passa, tot queda ben reflectit. No obstant això, nosaltres volem fer un altre incís: si pensem en el poder, mentides, censures, encobriments, etc., ens qüestionem quin és el propòsit d'aquest documental, a part, evidentment, de voler denunciar la matança de dofins? Com s'apropa a la cultura japonesa? Quina imatge ens presenta del Japó i dels seus ciutadans? És possible que ens recordi l'home blanc de la cultura occidental anant a un lloc per a corregir allò que encara és en estat salvatge i erroni? En termes propagandístics, que ens mostra?

Així, tenim documental que denuncia com una sèrie de televisió dels anys seixanta va crear unes expectatives sobre els dofins i va fer que fossin vistos com uns animals domèstics; però alhora crea una realitat i una mirada sobre el Japó i la seva cultura, entre d'altres. Menjar balena o dofí pot ser tan esgarriós com menjar porc o vedella, només depèn de qui ho jutgi.

## 2.4. Canvi de narrativitat amb les noves tecnologies

L'anàlisi de la narrativa és important perquè ens ajuda a entendre com ens és narrat el món des d'unes perspectives concretes i no des d'unes altres. Per exemple, la manera com ens és narrat el món polític i social evidenciarà el coneixement, els significats i els valors que circulen per la societat i com són reproduïts, de manera que es dona forma a les percepcions socials de la realitat.

Les noves tecnologies i formes de comunicació, com també les seves pràctiques associades, formen narratives noves. Hi ha un canvi de narratives en molts aspectes; per exemple, la narració envers la identitat individual ja no pot anar estretament lligada a la narració laboral, per la inclusió de les tasques laborals en les tasques domèstiques o la cessió subtil de les nostres tasques quotidianes cap a tasques rutinàries que esdevenen una prolongació de la feina.

Les narratives no només reflecteixen el món, sinó que produeixen esquemes i plantilles que modelen allò que percebem, coneixem i creiem.

La feina i el temps laboral ja no tenen uns límits concrets i clars, són difusos; amb les noves tecnologies, la dificultat de separar temps laboral i temps fora de la feina es fa més gran. Així, no donem gaire importància al fet d'enviar des de casa un correu sobre una qüestió laboral, ni a les trucades al mòbil i l'accessibilitat absoluta que això suposa. Hi ha una intromissió al nostre espai privat i familiar, però no té una connotació extremadament negativa, tal com hauria passat abans.

Moltes narracions canvien, no només una cosa concreta i específica. Amb l'arribada de les noves tecnologies i les noves maneres de comunicar-nos s'han transformat la puntualitat, la formalitat, l'espai personal, la manera de quedar o desquedar amb algú, d'adquirir confiança, d'assenyalar un problema, de posar una excusa, de detallar què és personal o què és professional o, fins i tot, de flirtejar, de sortir amb algú i de trencar una relació, etc.

És evident que el mòbil ha substituït l'ordinador a l'hora de navegar per Internet, i això genera pràctiques socials i necessitats noves, com també narratives noves.

La introducció de les noves tecnologies ha envaït la nostra vida quotidiana, per això posem els exemples següents, que il·lustraran els impactes i efectes que generen: les cites en línia, el sistema judicial enfront de la generació Internet i un canvi d'actitud per la sostenibilitat.

#### **2.4.1. Cites en línia**

Larry D. Rosen, Nancy A. Cheever, Cheyenne Cummings i Julie Felt (2008) van examinar les diferències entre el procés de sortir amb algú en el món real i el procés de sortir amb algú en línia (*online dating*). La proliferació de pàgines web com MatchAffinity, eHarmony o Meetic, demostra que cada vegada hi ha més usuaris que opten per aquesta manera de trobar parella. Les pràctiques socials canvien i especialment ho fan per l'ús generalitzat d'Internet.

Els resultats van demostrar que la percepció d'una parella potencial era més positiva si feia servir paraules amb molt de contingut emocional (*estic entusiasmada, estic exaltat o va ser meravellós*, més que no pas *em fa il·lusió, en tinc ganes o va estar bé*). Els resultats van marcar diferències significatives que van mostrar que és diferent i que té uns efectes molt diferents dir "m'encanta la meva feina" en l'autopresentació en un correu electrònic que no pas dir "estic satisfet amb la meva feina".

En canvi, en relació amb el contingut de *self-disclosure*, la relació va ser contrària: un excés d'exposició de pensaments i de sentiments considerats privats i íntims en els primers correus fan que la impressió com a possible parella sigui menys positiva. No obstant això, en aquest cas, els resultats varien segons el sexe, l'educació o l'ètnia. En general, el procés d'emparellar-se i d'intimar, que pot tardar mesos en el món real, pot durar només setmanes o dies a la Xarxa.

Segons estudis diferents, els estereotips van canviant: el que era percebut com una solució per a "perdedors", ara és per a persones més romàntiques, amb més compromís, que busquen una relació a llarg termini i que estan més segures de si mateixes, en contraposició amb les persones que busquen parella fora de la Xarxa. Demanar per sortir o expressar un sentiment sembla més fàcil si es fa en línia.

Sembla que l'exposició d'un mateix o el judici dels altres preocupa menys; hi ha una espècie de desinhibició que fa que les persones que comencen a citar-se en línia comencin a compartir confidències molt de pressa, com també informació personal i íntima, cosa que fa que la relació sigui més estable i que, per tant, quan es coneixin personalment, els llaços siguin molt més forts.

Quan les persones esperen interaccions futures fan **atribucions** de l'altre, omplen els buits d'informació amb el que desitgen i idealitzen l'altra persona. Aquesta percepció recíproca fa que es doni una **profecia autocomplida**, que genera més intimitat.

#### 2.4.2. Sistema judicial enfront de la generació Internet

El diari *The Times* del 21 d'octubre de 2009 exposa la preocupació pel sistema judicial a Anglaterra, perquè, segons explica, les noves generacions que hauran de formar part de jurats són incapaços de seure i escoltar; som davant d'un gran canvi social: la tradició de l'oralitat es perd. Si fem una traducció literal de la notícia podríem dir que el sistema de jurats està amenaçat per la generació d'Internet, formada per persones incapaces d'escoltar atentament el discurs d'algú altre. Es diu que, en quinze anys, caldrà repensar tot el sistema judicial, perquè la tradició oral als judicis ja no té futur; escoltar sembla passat de moda i prémer un botó és essencial per a les noves generacions, que no poden quedar-se assegudes per a escoltar i prou. Es fa evident que cal introduir ordinadors i programes nous en els judicis.

El sistema judicial britànic depèn de persones que han d'escoltar, assimilar i valorar la informació que reben, cosa que sembla impossible de mantenir. Què hi ha a sota d'aquesta idea? De fet, hi ha molt més del que podem imaginar: no només la creació d'una nova categoria (la generació Internet) i de la necessitat de repensar i de canviar el sistema oral judicial, sinó que mostra que les noves tecnologies estan canviant el món; hi ha soterrada la idea de progrés, de desenvolupament, etc. Moltes vegades trobem aquest discurs pròxim a la

#### Lectura recomanada

Marshall McLuhan (1969). "La ciutat és obsoleta, pregunta a l'ordinador". *Counterblast* (pàg. 12). Londres: Rapp & Whiting Ltd.

ciència-ficció. No només preocupa el sistema judicial, sinó també el fet que el discurs oral perd força i s'ha devaluat amb el pas dels anys, i que ara les persones ja no aprecien els discursos llargs, encara que siguin profunds i plens de força.

### 2.4.3. Canvi d'actitud per la sostenibilitat

El titular de la primera plana del diari *The Times*, del 27 d'octubre de 2009 versa sobre la necessitat de deixar de menjar carn per a salvar el planeta: *Give up meat to save the planet*. En el contingut, tota la plana, s'explica com, a causa del canvi climàtic, hi ha la necessitat de tornar-se vegetarians. Un expert assenyala que la percepció sobre el fet de menjar carn, que no és sostenible, canviarà, com ha passat amb el fumar i la responsabilitat en la conducció. Tots ho hem vist: ara hi ha una percepció negativa d'algú que fuma, fumar en espais on hi ha no fumadors es considera una falta de respecte. Tot i que no ens ho hauríem imaginat mai, fumar ara està associat a un altre discurs; per tant, el canvi social, de comportament, de percepció i, lògicament, d'entendre el nostre món, es modifica. Fumar estava completament normalitzat i, ara, el canvi d'actitud és notable.

Aquesta notícia sobre la qüestió de deixar de menjar carn sorprèn, especialment per la manera com està redactada. Veiem que ja es comença a construir un altre discurs de manera seriosa i amb fonaments científics, climàtics, de salut, etc. sobre el fet de menjar carn. Ara ens pot semblar totalment absurd o ens pot generar recel, però potser d'aquí a uns anys no ens ho semblarà pas. El que importa, però, és que ens adonem que els mitjans de comunicació arreu del món a poc a poc van creant aquesta realitat social.

## 2.5. Determinació de la narració

La contradicció forma part de les nostres narracions tot i que mirem d'atorgar sentit a allò que creiem. Així, és interessant veure què es fa o què es deixa de fer amb aquesta narració, en quin context sorgeix i què crea. Les nostres narracions no sempre han de ser consistents i congruents.

El que s'omet és tan important com el que se selecciona i apareix en una narració.

En la química que tenim amb una persona podem reconèixer-hi un bon amic o podem construir una narració romàntica entorn de les accions i esdeveniments ocorreguts i, per tant, crear una relació íntima amb aquesta persona. La complicitat amb una persona, l'afecte i, fins i tot, els termes en què s'entén l'amistat són negociats mitjançant narracions.

D'aquesta manera, hom no construeix un significat en la soledat, sinó que, com sempre hem dit, la importància del que és social, dels altres, de les interaccions amb els altres, de la nostra societat, és present. Fins i tot si prenem una decisió personal, sense comentar-ho amb ningú, hi continuen essent presents les pràctiques i relacions socials, com també tots els elements que configuren el nostre sistema interpretatiu del món que ens envolta, les nostres creences i pensaments, que, com ja hem dit, sovint es contradueixen.

Moltes vegades, doncs, la narració serveix per a explicar allò inusual o extraordinari, de manera que li donem coherència i ho fem més pròxim a nosaltres i més ordinari. D'altra banda, una narració d'un fet fictici és també una narració; que les proposicions i arguments siguin certs o falsos no té cap importància a l'hora de determinar una narració com a tal.

Com diu D. G. Myers (1999) sobre la influència persuasiva i la televisió, tot i que un nen creixi aïllat de la televisió, en una casa sense televisor, no quedarà al marge de la influència televisiva. Aquest nen anirà a l'escola, on es relacionarà amb nens que sí que veuen la televisió; així, a l'hora del pati reproduirà jocs simbòlics, llenguatges i accions influïdes per la televisió, voldrà veure els mateixos programes que els amics i, quan arribin els Reis, demanarà les joguines més anunciades i valorades pels altres nens.

Però no ens hem de limitar als amics, aquest nen també interaccionarà amb el mestre i amb altres adults; per tant, els valors i creences d'aquestes persones també van a parar cap a ell. Les idees sobre immigració i diversitat a l'aula són molt diferents que fa uns anys, però, encara que el mestre miri de no expressar opinions homòfobes, masclistes o discriminatòries, és probable que apareguin en la manera com negocia el significat de moltes interaccions. Així, al llarg d'un curs escolar, aquest nen ha rebut influències de tot un context social i, fins i tot, televisiu del qual no podem fugir. No és possible demanar "que parin la societat, que vull baixar a la propera estació", de la mateixa manera que no podem demanar a la terra que aturi el moviment de translació i rotació.

Un cop dit tot això només ens resta preguntar:

Quin tipus de narrativa tenim de nosaltres mateixos?

En definitiva, les narracions són interpretacions discursives necessàries per a donar significat al món, per a tornar normal allò que no ho és, per a normalitzar o racionalitzar una explicació. Els discursos serveixen per a mantenir una realitat o per a produir un canvi. L'origen, el manteniment i el canvi són processos que es donen mitjançant l'ús dels discursos. Però els discursos es donen en les pràctiques socials; per tant, les pràctiques generen coneixements, conceptes, processos i, fins i tot, subjectes nous.

## 2.6. Censura

Quan pensem en els mitjans de comunicació, hem de pensar que l'audiència sovint és heterogènia, sempre anònima i tan gran com sigui possible. Com diu Richard J. Harris (1994), els mitjans són sostinguts per la publicitat, que, a la vegada, vol arribar a un públic majoritari, molts cops segments homogenis. Com que la gestió econòmica es basa en la publicitat, hi ha molta pressió per part dels comercials, fins i tot a les televisions públiques. Hi ha una pressió per a entretenir el màxim de públic possible per a retenir-lo fins i tot amb programes que no són d'entreteniment, com les notícies. La realitat econòmica de la indústria dels mitjans passa per la **censura**.

Podem trobar molts exemples de la pressió econòmica, política i ideològica per a controlar els continguts dels mitjans. Un exemple clàssic és no publicar o emetre informacions sobre el risc de fumar per tal de no perdre la publicitat de les multinacionals del tabac.

Hem de pensar que, en les societats no totalitàries, hi ha censura, tot i que és força subtil. La llibertat de premsa mai és absoluta; totes les nacions exerceixen censura en algun grau. Molt sovint no se'n diu *censura* i es parla de codis ètics als quals les emissions s'han d'adherir. De totes maneres, aquests valors i normes van variant amb la societat: paraules que de cop no es poden dir en veu alta, contingut explícit que no es pot emetre i temes que no es poden tractar o que no són rellevants.

També podem parlar d'**autocensura** per la por real o fictícia de perdre els públicistes o el públic i la por de la reacció de l'audiència davant d'una emissió o d'un article determinat.

Un exemple recent ha estat el cas de Manolo Lama, el 12 de maig de 2010. En una retransmissió en directe anima els aficionats de l'Atlètic de Madrid a fer un acte de generositat, segons diu, cap a un indigent. No obstant això, el to humorístic de l'acció invisibilitza la denigració i humiliació que conté. Molts cops la discriminació i la violència està tan normalitzada i interioritzada, que és difícil de reconèixer.

Así pues, ¿qué ocurrió después de la disolución del Código de Producción de Hayes? El mejor ejemplo del modo que funciona la transgresión inherente en la era poscódigo lo encontramos en dos películas recientes [...] y *Mejor Imposible*.

En *Mejor Imposible*, las cosas se ponen aún más paradójicas: ¿cuál es la propuesta de la película sino permitirnos disfrutar de dos horas de incorrección política incontrolada porque sabemos que el personaje de Jack Nicholson tiene en el fondo un corazón de oro y al final resultará ser bueno, es decir, renunciará a sus salidas de tono? Volvemos a encontrar aquí la estructura de la transgresión inherente: hoy día, la transgresión ya no consiste en la irrupción de un motivo subversivo reprimido por la ideología patriarcal dominante (como la *femme fatale* del *film noir*), sino la inmersión gozosa en excesos racistas/sexistas políticamente incorrectos prohibidos por el regimen liberal dominante: en pocas palabras, el aspecto reprimido es el "malo". [...] Nos permitimos disfrutar de los excesos políticamente incorrectos de Nicholson porque sabemos que al final será redimido. La estructura vuelve a ser, pues, la producción de una pareja: la salidas de tono políticamente incorrectas son el *objet a* de Nicholson, su goze excesivo, al que debe renunciar para poder entrar en una relación heterosexual estándar. En este sentido, la película cuenta la triste historia de la traición de la propia actitud ética (obsesiva): cuando Nicholson se "normaliza" y se convierte en un cálido ser humano, pierde lo que era su actitud ética más propia y también lo que daba su atractivo, es decir, obtenemos una pareja vulgar y aburrida.

### Referència bibliogràfica

Richard J. Harris (1994). *A Cognitive Psychology of Mass Communication* (4a. ed.). Mahwah, Nova Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.



Slavoj Zizek (2006). *Lacrimae Rerum. Ensayos sobre cine moderno y ciberespacio* (pàg. 148-149). Madrid: Debate.

