

1. QUÈ ÉS LA COMUNICACIÓ

Sóc a casa. Sento notícies per la ràdio, lleigeixo una carta, truquen a la porta, una pedreta colpeja el vidre i un amic em fa senyals del carrer estant, rebo una trucada telefònica, lleigeixo els titulars del diari, em criden per sopar, parlem sobre la darrera pel·lícula que hem vist... Estic voltat de comunicacions per totes bandes i gairebé sense parar. En general, es pot dir que hi ha comunicació sempre que algú envia un missatge, per qualsevol mitjà, amb la intenció de suscitar una resposta. En realitat, no és necessari que la resposta sigui del mateix tipus que el missatge rebut: el silenci pot ser també una resposta i un simple gest pot contestar a un llarg discurs.

Segons estadístiques recents, l'americà mitjà dedica aproximadament el 70 % de la seva activitat a comunicar-se verbalment en l'ordre següent: escoltant, parlant, llegint i escrivint. No menys d'unes deu o onze hores diàries. Caldria afegir-hi encara totes les formes de comunicació no verbal. Si això passa amb els americans, hom pot suposar el que passa amb els espanyols. Ens passem, doncs, el dia comunicant-nos. Segurament la cosa ha estat sempre així des que l'home existeix. Amb tot, les ciències de la comunicació són molt recents i, a més, tenen un origen molt particular. El 1947, un matemàtic, Claude Shannon, que treballava per al laboratori telefònic Bell, desenvolupà un «model» per a l'estudi de la comunicació electrònica. Després aquest model fou aplicat a la comunicació humana i donà lloc a la creació de nous models.

a) El procés de comunicació

Segons Shannon, els components de la comunicació són els següents: 1) una font, 2) un transmissor, 3) un senyal, 4) un receptor, i 5) un destí.

Actualment, el model més utilitzat és el de David K. Berlo (1960):

1. La font de comunicació.
2. L'encodificador.
3. El missatge.
4. El canal.
5. El decodificador.
6. El receptor de la comunicació.

→ falta
"el soroll"

El mateix Berlo posa aquest exemple:

A «Considerem la situació de comunicació en què vostè es troba compromès: la lectura d'aquest capítol. En aquesta situació de comunicació, jo hi he fet de font. En escriure aquest manuscrit, aquest missatge, jo tenia un propòsit. Els meus mecanismes per a escriure van fer d'encodificador (és clar que les màquines d'escriure, les mecanògrafes i les premses impresores també serviren d'encodificadors). El missatge inclou les paraules d'aquesta pàgina i la forma com estan disposades, és transmès per un llibre, mitjançant ones lluminoses (canal). El seu ull és el decodificador; rep el missatge, el decodifica, el retradueix en un impuls nerviós i l'envia finalment al seu sistema nerviós central, el receptor. A mesura que vagi llegint, vostè anirà donant respostes al llibre.» (A. BERLO, *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires, El Ateneo, 1984, pp. 19-20). ◀

En realitat, aquest exemple no és tan senzill com sembla a primera vista i suscita nombroses preguntes. La primera podria ser aquesta: a quina classe de comunicació pertany? Es poden distingir els següents tipus de comunicació:

1. **Intrapersonal**, o autocomunicació: comunicar-se amb si mateix.
2. **Interpersonal**: comunicació entre dues (o molt poques) persones.

3. **Grupal:** hi ha una col·lectivitat no excessivament nombrosa, simultàniament present i que pot comunicar-se de manera directa.
4. **Col·lectiva o de masses:** el receptor és una col·lectivitat, generalment dispersa, que rep missatges no directament sinó a través dels anomenats *mass media* (mitjans de comunicació de masses: ràdio, premsa, TV, cartells, etc.).

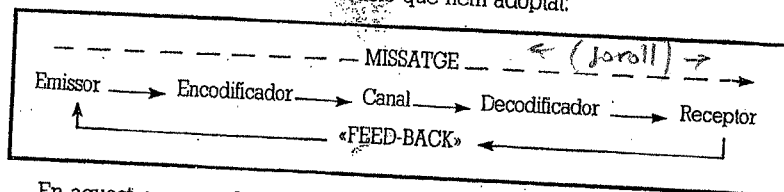
A la vegada, la comunicació pot ser, *en funció del canal*, **pròxima** (emissor i receptor es troben a prop i utilitzen canals naturals: parlar, gesticular, tocar...) o **remota** (i aleshores s'utilitzen els canals artificials de la telecomunicació: telèfon, ràdio, escrits...); *en funció de la direcció*, la comunicació pot ser **bidireccional** (emissor i receptor intercanvien alternativament els seus papers) o **unidireccional** (l'emissor i el receptor no intercanvien els seus papers, com succeeix, per exemple, en una conferència o en escoltar la ràdio).

Es poden fer moltes més classificacions i distincions.

b) La fidelitat en la comunicació

Sempre que ens posem en comunicació amb d'altres pretenem quelcom determinat: tota comunicació és determinada per un **propòsit** (fer-nos comprendre, influir, informar, transmetre ordres o demandes, etc.). Però per a això és necessari que el missatge sigui transmès i rebut correctament i s'elimini allò que en teoria de la comunicació s'anomenen **sorolls**, això és, tots els factors que distorsionen la qualitat d'un senyal i rebaixen l'efectivitat — o **fidelitat** — de la comunicació.

Recordem el model de comunicació que hem adoptat:



En aquest esquema hom ha afegit un concepte nou — *feed-back* — que explicarem més endavant. S'entén que el «missatge» es transmet de l'emissor al receptor a través del canal transcrit mitjançant un «codi».

Examinem ara el model més de prop, descrivint cada element del procés i destacant les **condicions** perquè el missatge sigui transmès amb **fidelitat**:

1.1 L'emissor-encodificador

L'emissor transmet un missatge amb un propòsit determinat. El propòsit i les possibilitats de l'emissor menen a l'elecció del **codi** més adequat per al missatge que es vol transmetre. Molt sovint s'utilitza el codi lingüístic (o sigui, el missatge es transmet mitjançant la paraula); però també es pot emprar un codi gestual, gràfic, musical, etc. Fins i tot es poden emprar diversos codis ensems, com passa amb els anuncis de televisió.

Des del punt de vista de l'emissor, quatre factors principals intervenen en la fidelitat de transmissió del missatge:

- L'**habilitat** per a comunicar.
- Les **actituds** respecte de si mateix, respecte de l'altre i respecte del missatge.
- El **nivell de coneixement** del tema que es transmet.
- La seva **posició en el sistema socio-cultural**.

A

Alguns exemples estalvien qualsevol altra explicació.
Un pacient visita el metge i li explica embulladament el seu cas (és poc hàbil per a expressar-se i, a més, l'angoixa davant la seva malaltia el té trastornat; d'altra banda, visitar un metge sempre l'imposa una mica). El metge

fa una o dues preguntes i escriu una recepta. El pacient surt furios: «No m'ha donat ni la més petita explicació del que em passa! No s'ha preocupat per la meua malaltia!» Què ha passat, realment? Són possibles diverses hipòtesis; el metge està cansat de repetir una explicació que ha donat mil vegades; el metge desconfia que el pacient el pugui entendre; el metge amb la seva conducta ha volgut transmetre confiança al pacient — donant-li a entendre de forma indirecta: «El seu cas no té en absolut cap importància, per què hem de perdre-hi temps?» —, però ha estat poc hàbil en transmetre el missatge.

Si un professor explica malament, a què pot ser degut?

2.^a El decodificador-receptor

El receptor és la part més important del procés de comunicació; tot es fa en funció d'ell: l'emissor tria un codi, selecciona un contingut i tracta el missatge tenint en compte el receptor al qual va dirigit (i si no ho fa, el més probable és que el missatge no sigui comprès). I és que també en el receptor influeixen els mateixos factors que en l'emissor: habilitats de comprensió, actituds respecte de si mateix, de l'altre i del missatge, nivell de coneixement, posició socio-cultural.

L'emissor ha d'estar continuament atent als senyals de comprensió que manifesti el receptor i transformar el seu missatge d'acord amb els dits senyals. Aquí és, precisament, on intervé el *feed-back* o retroalimentació. En realitat, *feed-back* és un concepte tret de la tecnologia i representa qualsevol mecanisme de regulació de funcionament. Per exemple, una estació de seguiment espacial obté informació d'un coet en vol i d'acord amb ella li envia ordres perquè canviï la seva trajectòria; el termostàt d'una calefacció controla la temperatura dels radiadors segons les dades que en rep. Paral·lelament, les reaccions del receptor obligaran l'emissor a repetir un missatge, a afegir-hi una explicació, a canviar de codi o... a suspendre la comunicació. En general, el *feed-back* serveix per a:

- **Comprovar el valor** de la comunicació inicial (com acull l'altre el meu intent de comunicar amb ell, si entén el meu codi i el meu missatge, si està disposat a continuar...).
- Imprimir **sentit i direcció** a la conducta subsegüent.
- **Canviar**, potser, la conducta, els sentiments, l'actitud... de l'emissor.

Feed-back. Informació rebuda del receptor, que permet a l'emissor rectificar els seus missatges.

3.^a El missatge

És allò que es vol comunicar. En tot missatge s'haurien de distingir almenys dues coses: el contingut del missatge i el codi mitjançant el qual és transmès. El **contingut** planteja nombrosos problemes de **selecció**: el tarannà de l'emissor hi influeix definitivament i, a la fi, «cadascú explica la festa segons com li ha anat». Segons quin sigui el contingut elegit, probablement hom adoptarà un o altre codi.

Berlò defineix el **codi** com «qualsevol grup de símbols que pot ser estructurat de manera que tingui algun significat per a algú». Els idiomes (conjunts de sons, paraules, regles, etc.) són codis; però hi ha molts altres codis de comunicació, com veurem més endavant. El problema fonamental consisteix a traslladar (encodificar) correctament un missatge en un codi i a traduir (decodificar) de tal manera que s'entengui exactament allò que l'emissor ha volgut dir. El *feed-back* pot ajudar a corregir males interpretacions, però en aquest nivell hom no pot estar mai segur que hi hagi una perfecta comunicació: aconseguixo d'expressar-me correctament?, aconseguixo de comprendre l'altre exactament?

A Joseph Grand — un personatge de *La pesta*, d'Albert Camus — viu pres en les dificultats de «trobar els mots adequats», és a dir, d'**encodificar** correctament. «Aquesta dificultat — explica la novel·la de Camus — era, en efecte, la que li impedia d'escriure la carta de recomanacions que estava sempre meditant o de fer la gestió que les circumstàncies exigien. Segons ell, sentia un particular impediment en emprar el mot «dret», sobre el qual no estava gaire segur, i el mot «promesa», que semblava significar que ell

reclamava allò que se li devia i en conseqüència revestia un caràcter de gosadia poc compatible amb la modèstia de les funcions que exercia. D'altra banda, es negava a usar els termes de «benvolença», «solicitar», «gratitud», perquè no els estimava compatibles amb la seva dignitat personal. Així, doncs, per no trobar la paraula justa, el nostre ciutadà havia continuat exercint les seves obscures funcions fins a una edat bastant avançada. Recordem-neixia que el record dels seus pares, morts quan ell era encara molt jove, l'entristia. No es negava a admetre que adorava en gran manera una certa campana del seu barri que tocava dolçament vers les cinc de la tarda. Però per a evocar aquestes emocions tan simples, cada mot li costava una feina infinita. Finalment, aquesta dificultat havia constituït la seva major preocupació: «Ah, doctor, voldria aprendre a expressar-me!» Per acabar d'adobar-ho, Joseph Grand s'ha entestat a escriure una novel·la davant la qual «els editors hagin de treure's el barret». Naturalment, Grand no aconsegueix passar de la primera frase, que corregeix una i altra vegada.

4.¹ El canal

Per «canal» s'entén el suport material que permet el pas del missatge de l'emissor al receptor a través de l'espai i el temps. Hi ha canals naturals (els propis dels òrgans dels sentits) i artificials. Aquests darrers tenen especial interès en l'època actual, sobretot en el desenvolupament dels *mass media*. Els canals artificials permeten una cosa extraordinària: els missatges poden ser transmesos també a través del temps; hom pot gravar una comunicació perquè l'escoltin o la contemplin **més tard**; hom pot reproduir un missatge emès molt **abans**, quan, per exemple, l'emissor ja ha mort. Podem, en definitiva, rebre els missatges del passat i comunicar-nos amb el futur. L'home és un ésser distès històricament.

A DIFICULTATS I LÍMITS

Comunicar-se no és fàcil. En primer lloc, hi ha els límits que imposen els mateixos codis de comunicació: fins un codi tan perfecte com el llenguatge imposa moltes restriccions. La poesia és un bon exemple d'aquesta lluita contra el llenguatge dins del mateix llenguatge. Després hi ha els controls socials: només es diu el que és permès de dir; tot el restant queda «sobrentès» i, per tant, «malentès» la majoria de vegades. Però aquí només ens referirem a alguns problemes particulars.

1. L'orientació del comunicant pot ser triple:

- **Orientació vers si mateix (emissor).** El comunicant solament atén a si mateix, s'escolta a si mateix, parla en primera persona de forma manifesta («Jo...», «La meua opinió és...», etcètera), està dominat pels seus propis sentiments i problemes. Els altres i el tema només li interessen com a mitjans per a reforçar el seu «ego» i obtenir un èxit que necessita.
- **Orientació vers el tema.** Orientació corrent en especialistes i alguns professors. Se centren en el tema i utilitzen un llenguatge tècnic. L'auditori no entén ni pot seguir (solen parlar molt de pressa); l'únic que pot fer és fiar-se'n.
- **Orientació vers el receptor.** És l'única que permet una bona comunicació. L'emissor mira de connectar amb el receptor per damunt de qualsevol altra satisfacció.

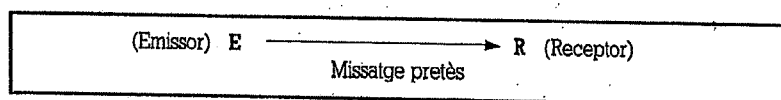
2. Bloqueig i actituds defensives

El receptor ha de poder atendre directament al missatge. Amb tot, de vegades això no és possible a causa de l'actitud que observa en l'emissor: en lloc d'atendre, es defensa o es bloqueja respecte del missatge. Jack R. Gibb ha catalogat sis tipus d'actituds que bloquegen o faciliten la comunicació. Probablement basta esmentar-les perquè es pugui entendre el seu significat:

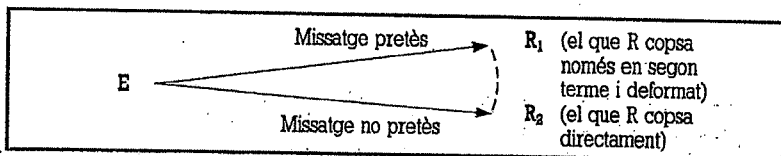
Actituds que bloquegen	Actituds que faciliten
AVALUACIÓ	DESCRIPCIÓ
CONTROL	NO CONTROL
ESTRATÈGIA	ESPONTANEïTAT
NEUTRALITAT	EMPATIA
SUPERIORITAT	IGUALTAT
DOGMATISME	PROVISIONALITAT

3. Dobles missatges

El model de comunicació utilitzat dóna entenent que l'emissor sols comunica un únic missatge:



Però moltes vegades l'emissor transmet un doble missatge: el pretès (transmès, per exemple, per mitjà de la paraula) i un altre no pretès (transmès, normalment, per canals no verbals: gestos, to de la veu, etc.). Sovint aquest segon missatge és el que millor copsa el receptor, i es deforma així el missatge pretès o fins i tot passa desapercebut:



L'arc R_1-R_2 se sol anomenar «arc de distorsió», pel fet que expressa la distorsió, negació o contradicció del missatge pretès.

* 2. DOS INSTRUMENTS D'ANÀLISI DE LA COMUNICACIÓ

Com ja sabem, els models de comunicació són trets de l'electrònica: una màquina transmet un missatge a una altra màquina. Però les màquines manquen de sentiments i d'ànima, són «sense cor». Per això, la comunicació entre els homes resulta mol més complexa.

Els dos instruments d'anàlisi que veurem ara parteixen de la **complexitat** mateixa de l'home, des del punt de vista dels sentiments i les actituds (anàlisi transaccional) o des del punt de vista de l'autoconeixement (finestra de Johari). En tan poc espai només serà possible de donar-ne una visió reduïda. En la *bibliografia* hom trobarà dues obres de referència.

a) L'anàlisi transaccional

L'anàlisi transaccional (o conciliatòria) fou creada per Erich Berne; a Espanya ha estat popularitzada per Thomas A. Harris mitjançant un llibre amb un títol molt curiós: *Jo estic bé, tu estàs bé*.

Berne sosté que en tots nosaltres hi ha un **pare**, un **adult** i un **nen** i que, per tant, ens comuniquem amb els altres des d'un d'aquests tres «estats». Així, doncs, cada individu posseeix una naturalesa múltiple, la qual cosa cal que sigui tinguda en compte a l'hora d'anàlitzar les seves relacions (anomenades per Berne «transaccions») amb els altres.

- El **PARE** és constituït per les «gravacions» de tot el que el fill va veure fer i sentir dir als seus pares durant els cinc primers anys de la seva vida. Tots aquests esdeveniments queden gravats de forma inesborrable en la consciència infantil i determinaran que una persona adopti posteriorment una actitud de *pare* enfront dels altres (o que escolti dintre seu la veu del *pare*). El *pare* pot adoptar postures crítiques, de prohibició, de càstig, d'exigència, de consell que no admet rèplica; o bé, ser bondadós, tolerant, etc.

- El **NEN** prové dels **sentiments** infantils provocats especialment per l'actitud dels pares envers el fill. Si el pare renya, el fill no se sent bé, té por, experi-

Compari's amb el Super-jo, l'Allò i el Jo de Freud (pp. 139-140).

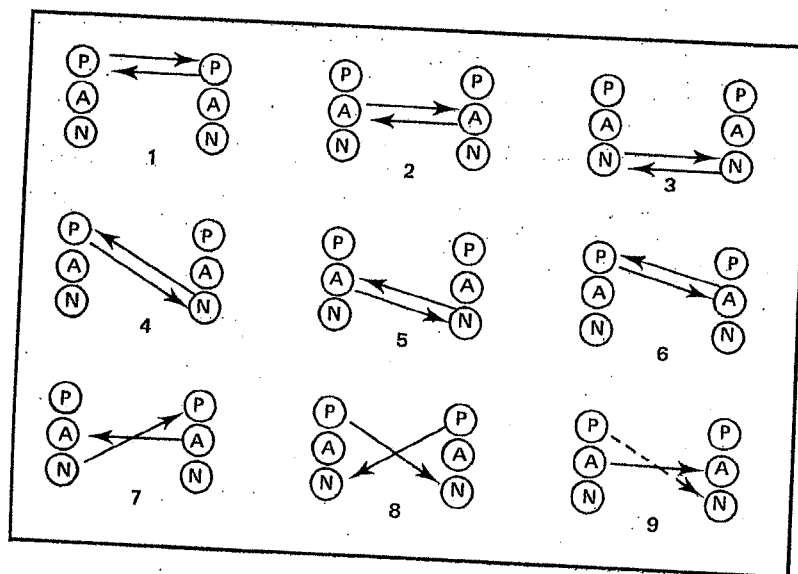
menta culpabilitat, etc.; si el pare hi juga, el nen riu i es diverteix. El *nen* queda constituït de forma definitiva als cinc anys i reapareix sempre que algú és dominat pels seus sentiments: aleshores reapareixen els sentiments originals de frustració, abandó, refús... (i el *nen* se sent «malament»), o de creativitat, curiositat, joc, alegria, espontaneïtat... (i, llavors, el *nen* se sent «bé»).

• Per fi, l'**ADULT** procedeix de les experiències objectives de la vida que es van adquirint a partir dels deu mesos i que no cessen d'acumular-se mentre hom viu. L'*adult* acumula dades, s'atén a la realitat, elabora decisions, és objectiu; una de les seves principals funcions és examinar les dades que procedeixen del *pare* i del *nen* per a acceptar-les o refusar-les. L'*adult* representa el concepte pensat de la vida, enfront del concepte **ensenyat** del *pare* o el **sentit** del *nen*.

Tenint en compte aquestes dades, hom pot entendre bé com analitza Berne una «transacció» (o acte de comunicació) entre dues persones. Berne distingeix dos tipus de transaccions:

- **paral·leles**, que resulten normalment **complementàries** (és a dir, són satisfactòries i poden perllongar-se indefinidament);
- **creuades**, que resulten **no complementàries** (insatisfactòries).

En diagrames, aquestes transaccions són de la manera següent:



A Cada persona és representada per tres cercles, corresponents als «estats» de *pare*, *adult* i *nen* (P - A - N). Les fletxes indiquen el tipus de relació. Vegem-ne alguns exemples:

Dos empleats d'una oficina revisen un informe:

EMPLEAT 1.— *Quin desastre. Aquí la gent no sap treballar.*

EMPLEAT 2.— *I el pitjor és que sempre és igual...*

(Transacció paral·lela n.º 1, P - P. La transacció pot continuar indefinidament i ambdós se sentiran molt satisfets tot condemnant tothom.)

EMPLEAT 1.— *Bé, deixem-nos de queixes. Cal examinar això...*

(Comença aleshores una transacció n.º 2, A - A. Aquesta relació també serà satisfactòria).

EMPLEAT 1 (al cap de bona estona).— *Saps què et dic? Ja n'estic tip, d'aquest assumpte. Mira a veure si el cap ha sortit, i ens n'anem a prendre un gotet.*

EMPLEAT 2.— *Ull ja era hora! Vinga, som-hi.*

(Transacció n.º 3, N - N. Joc de «nens entremaliats» d'amagat del cap - pare.)

Els tipus de transaccions designades a continuació indiquen que un subjecte es dirigeix des d'un «estat» propi (per exemple, des del *nen*) a un «estat» diferent d'un altre subjecte (per exemple, al *pare* de l'altre). Si la resposta és l'esperada, la transacció resultarà satisfactòria:

AMIC 1.— *Vinc a veure't perquè estic desfet...*

AMIC 2.— *Au! Asseu-te i explica'm...*

(Transacció n.º 4, L'amic 1 busca en l'altre un *pare* que el consoli; l'amic 2 adopta aquesta postura.)

Els tipus 7 i 8 són algunes de les possibles transaccions **creuades**:

AMIC 1.— *Vinc a veure't perquè estic desfet...*

AMIC 2.— *No estaràs exagerant?*

(Transacció n.º 7. L'amic 2 no segueix el joc i contesta d'*adult* a *adult*; l'amic 1 se sentirà probablement malament, ja que esperava una altra resposta.)

El n.º 9 indica el començament d'una **transacció doble**: en principi es tracta d'un missatge d'*adult* a *adult*, però que amaga, per exemple, una actitud de retret o reny (*pare* a *nen*). Per exemple: «Arribaràs tard com altres vegades?»

b) La finestra de Johari

Quan ens relacionem o ens comuniquem amb els altres, donem a conèixer solament una part de nosaltres mateixos (quadrant «obert»); sempre amaguem alguna cosa (quadrant «ocult»); però és possible que una part de nosaltres mateixos sigui manifesta als altres i ignorada per nosaltres (quadrant «cec»); per fi, pot haver-hi aspectes ignorats pels altres i per nosaltres mateixos (quadrant «desconegut»). Resulten així els quatre quadrants de la «finestra» del jo des de la qual ens comuniquem amb els altres i a través de la qual els altres ens contemplen. La denominació de «finestra de Johari» prové del nom propi dels seus creadors: Joseph Luft i Harry Ingham:

→ 82

	Conegut per la persona	Desconegut per la persona
Conegut per altres	1 OBERT	3 CEC
Desconegut per altres	2 OCULT	4 DESCONEGUT

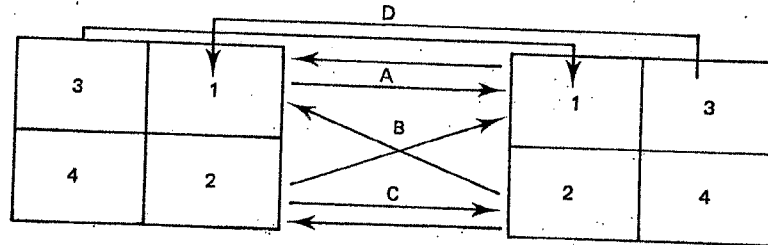
- El **quadrant obert** o «àrea de lliure activitat» és una finestra oberta al món, inclòs el mateix jo, i constitueix la base per a la interacció i l'intercanvi. Els altres ho coneixen perquè és obvi o perquè jo ho comunico.
- El **quadrant ocult** és el jo ocult o defugit; és el món dels sentiments «secrets» i de les experiències íntimes, que només comuniquem amb dificultat i en casos molt escollits; en general, els sentiments que més ens costen de comunicar són els que es refereixen a «aquí», «ara» i «amb tu».
- El **quadrant cec** correspon al jo desconcertant; el que els altres veuen en nosaltres i nosaltres no veiem. És la impressió que causem en els altres, l'impacte de la nostra conducta en ells, allò que transmetem mitjançant signes no verbals sense adonar-nos-en nosaltres mateixos. Aquest quadrant és «desconcertant», perquè si l'altre ens n'assabenta ens desconcerta i ens sol obligar a defensar-nos mitjançant una pura negativa («jo no

→ 170 ss

sóc així») o una racionalització («no és que sigui covard, és que sóc prudent»). Els altres veuen allò que nosaltres no podem o no volem veure.

- El **quadrant desconegut** correspon a l'«inconscient»: impulsos reprimits, motivacions ocultes, etc. És quelcom de «desconegut» per a mi i per als altres, tot i que algunes vegades hom pot sospitar-ne l'existència.

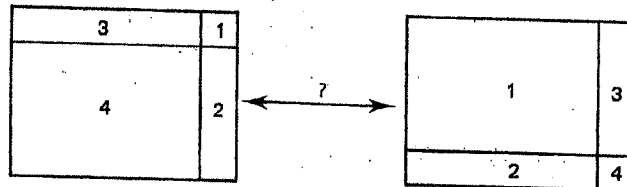
Les anàlisis de la comunicació que es poden fer a partir d'aquest model són senzilles i molt pràctiques. Imaginem-nos dues persones, cadascuna de la corresponent «finestra» estant:



El cas **A** expressa un nivell molt superficial de comunicació, però és el més freqüent. El cas **B** indica la comunicació a un altre dels sentiments o secrets; el que succeeix aleshores és que el quadrant obert s'eixampla per a donar entrada a elements del quadrant ocult: «obro» a l'altre el meu cor. Aquesta comunicació és difícil i no sempre l'altre arriba a comprendre el missatge. El cas **C** indica un «contagi emocional»; els sentiments ocults meus estan influïnt talment en l'altre que se li encomanen provocant-ne en mi l'acreixement. El cas **D** correspon al tipus de comunicació referit en descriure el quadrant cec.

Allò que amaguem als altres, allò que els altres ens amaguen, els aspectes cecs i desconeguts, tot això influeix en la comunicació entre els homes: jo parlo amb tu, però t'amago una part del meu missatge, potser la més important; o bé em comunico amb tu sense saber el que tu m'amagues; jo parlo amb tu, i no et puc creure, perquè des del teu quadrant cec m'arriba un missatge que desmenteix les teves paraules; parlem i no aconseguim d'entendre'ns, perquè hi ha aspectes «desconeguts» que estan influïnt en el nostre comportament...

Per fi, no tothom té quadrants de les mateixes dimensions. Quan un augmenta, els altres disminueixen proporcionalment. Imaginem-nos una relació entre dues persones que representen el que Luft anomena «extrems hipotètics de reducció i obertura psicològiques»:

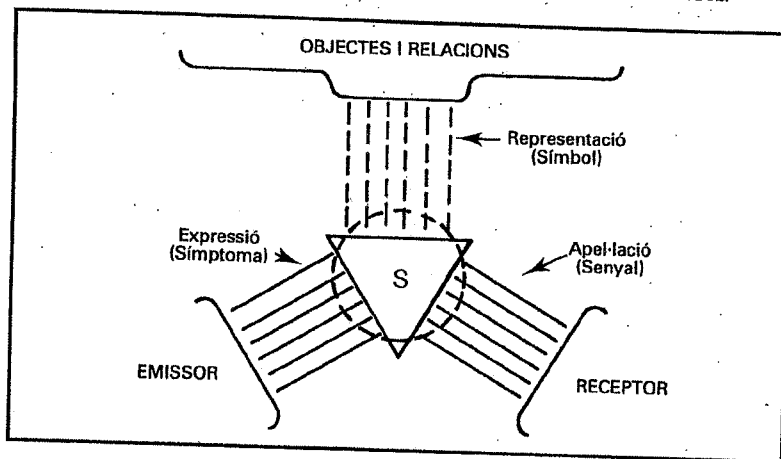


3. LA COMUNICACIÓ VERBAL

El llenguatge és el nostre mitjà ordinari de comunicació. Potser és el més perfecte, també, quant a les seves possibilitats gairebé il·limitades, tot i ser moltes vegades summament imprecís. Si, com s'ha dit molts cops, és la paraula el que fa l'home — *homo loquens* —, caldria concloure que som allò que som justament per estar en comunicació amb els altres. L'home no existeix fora de la paraula; la humanitat existeix gràcies a la comunicació.

a) El llenguatge com a comunicació

Karl Bühler, en la seva coneguda obra *Teoria del llenguatge* (1934), proposa un model de les funcions del llenguatge que encara continua tenint interès:



Serà millor que llegim l'explicació del mateix Bühler:

T «El cercle del mig simbolitza el fenomen acústic concret. Tres moments variables en ell són cridats a elevar-lo per tres vegades distintes a la categoria de signe. Els costats del triangle inserit simbolitzen aquests tres moments. Els grups de línies simbolitzen les funcions semàntiques del signe lingüístic (complex). És **símbol** en virtut de la seva ordenació a objectes i relacions; **síntoma** (índici), en virtut de la seva dependència de l'emissor, la interioritat del qual expressa; i **senyal**, en virtut de la seva apel·lació a l'oient, la conducta externa o interna del qual dirigeix com altres signes de trànsit.» (K. BÜHLER, *Teoría del lenguaje*. Madrid, Revista de Occidente, 1967, pp. 69-70). ◀

Bühler indica que les tres funcions del llenguatge són: **expressió**, **apel·lació** (o «crida») i **representació**. Això té la seva importància per a conèixer el caràcter comunicatiu del llenguatge. La paraula no sols és un **símbol** que fa referència a coses, objectes i relacions entre ells (com ho és preferentment en un discurs acadèmic o un text escrit de caràcter científic); primàriament és un **síntoma** d'allò que està passant a algú i un **senyal** dirigit a un altre perquè atengui (quan el nen crida, expressa el que sent i, al mateix temps, està cridant la seva mare; en aquest cas, el contingut simbòlic — o el contingut del missatge transmès — és mínim). Probablement, el llenguatge dels homes primitius tenia un contingut simbòlic molt escàs; actualment, en el nostre món intel·lectualitzat, tendim a ignorar les altres funcions del llenguatge. El resultat és que quan parlem només transmetem «idees», però difícilment s'estableix una relació personal a través de la paraula.

b) El llenguatge com a fet social

El llenguatge és quelcom més que un simple mitjà de comunicació entre dues o més persones: constitueix tot un **àmbit** en el qual naixem i vivim.

Efectivament, el nen neix en el si del llenguatge. Paraules i significats l'envolten des del primer moment i és així com aprèn a viure humanament. Aquest fenomen importantíssim serà estudiat més endavant en parlar sobre la **socialització**. En anar creixent, no abandonem aquest àmbit lingüístic, sinó que ens hi submergim cada cop més; s'abandona el si matern, s'abandona la família, però no es pot abandonar el llenguatge.

El llenguatge, en tant que fet social que estudien la psicolingüística i la sociologia del llenguatge, té la seva pròpia vida. Heus-en ací alguns aspectes significatius:

→ 187

- Cada grup humà tendeix a crear **variacions dins de la llengua comuna**. Així sorgeixen els *argots*, els dialectes. D'aquesta forma els grups afirmen la seva pròpia personalitat, creen el seu món particular de significacions, afirmen els seus valors i interessos (en general, es multipliquen els termes per a expressar — amb gran varietat de matisos — els aspectes més significatius de la vida) i es defensen contra els «estranyos». Hom no pot entrar en un grup sense aprendre'n el llenguatge.
- Un cosa semblant succeeix dins dels diversos **grups d'especialistes** d'una matèria: llur vocabulari tècnic és a l'abast només dels «entesos» (metges, artistes, filòsofs... moltes vegades sembla que parlen únicament per als de la seva mateixa professió).
- Les paraules **es gasten amb l'ús**, passen de moda o esdevenen inadequades per a la nova realitat social. **Sorgeixen aleshores nous termes**, que poden tenir una vigència encara més breu. Gent que viu en ambients molt tancats o amb escassos contactes socials acaben no entenent el llenguatge «corrent» (com sol passar a l'estranger que visita un país havent-ne après el llenguatge «atemporal» dels cursos d'idiomes).
- Cadascú utilitza un **llenguatge distint segons les circumstàncies**: a casa, amb els amics, en el treball, davant autoritats... L'ús del «vós», el «vostè» o el «tu» vénen marcats per principis socials que no són escrits enlloc, que es respecten unànimement, però que estan en evolució permanent.
- Paral·lelament a aquest moviment de diferenciació i transformació, existeix una certa tendència a **trobar un llenguatge comú universal**. Què hem d'aprendre, esperanto o anglès?
- Cal comptar també amb la **incidència del llenguatge dels mass media**: la premsa, els llibres, la ràdio, la televisió, la publicitat posseeixen codis que sovint es traslladen directament al llenguatge del carrer. Els *mass media* no paren d'«ensenyar-nos» a parlar, són un «mestre» totpoderós i irresistible, l'ensenyança porfídiosa del qual té sempre conseqüències imprevisibles.

4. LA COMUNICACIÓ NO VERBAL

a) Desvaloració de la paraula?

Al mateix temps que la lingüística i la filosofia del llenguatge sembla que són de moda, la gent comença a desconfiar cada cop més de la paraula.

Les paraules, en efecte, **han perdut força i contacte amb la realitat**. Àdhuc hom diria que l'home actual viu envoltat d'un vel lingüístic que li impedeix de prendre contacte amb les coses tal com són. Aquesta sensació és determinada en gran part per la publicitat, que ha desgastat el llenguatge i cerca continuament fórmules noves, girs xocants, afirmacions contundents per intentar de convèncer un públic cada cop més escèptic vers el que se li vol comunicar. Quan per a dir: «això és cafè», cal dir: «cafè-café» (i res no impedeix que s'acabi repetint la paraula fins tres vegades), és que alguna cosa està passant amb les paraules.

D'altra banda, la importància atorgada a la **imatge** està desplaçant les formes tradicionals de comunicació. La transmissió de coneixements ha passat de la tradició oral a la tradició escrita, però aquesta darrera va essent substituïda per la imatge: la televisió, el vídeo i els «fascicles» (abundósament il·lustrats) ocupen amb avantatge el buit dels llibres.

A més, les paraules resulten imprescindibles per a transmetre conceptes abstractes, però reflecteixen amb menor exactitud el món del concret, en especial el món **dels sentiments**. Si dic que tinc «por», els qui m'escolten poden entendre'm de moltes maneres diferents; el recurs a expressions més fortes com «ter-

ror», «pànic», «espant» no ajuda gaire i pot menar a confusions encara més grans. La paraula «amor» pràcticament ja no vol dir res... **Els gestos són aquí molt més eloqüents:** «diuen» més que les paraules. Per aquestes raons, el llenguatge no verbal està adquirint una importància cada cop més gran. En això, paradoxalment, l'home contemporani s'acosta a les formes d'expressió de l'home primitiu.

→ 266
(el cos)

b) Formes de comunicació no verbal

La comunicació verbal es basa, evidentment, sobre el sentit de l'oïda. Amb tot, l'home és un **animal òptic**: hi predomina el sentit de la vista, la qual cosa explica que la comunicació no verbal sigui primer de tot de caràcter òptic i que hagi tingut sempre una importància fonamental, encara que fins ara no se li hagi dedicat gaire atenció. En canvi, la comunicació a través del **tacte** és molt rigorosament controlada, i la comunicació **olfactiva** té una importància molt escassa (al revés del que succeeix en la majoria de les espècies animals).

→ 82
(la percepció de l'altre)

→ 68 i 82
(sobre l'olfacte)

No hi ha acord tocant a una possible classificació de les formes de comunicació no verbal. Vet-en aquí dos models diferents:

COOK (1971)

ARGYLE (1972)

- | | | |
|--|----------------------------------|---|
| 1. Aspectes estàtics: | | 1. Contacte físic |
| a) Cara | | 2. Proximitat |
| b) Configuració física | | 3. Orientació |
| c) Veu | | 4. Aspecte exterior |
| d) Roba, maquillatge, pentinat... | | 5. Postura |
| 2. Aspectes dinàmics: | | 6. Gestos amb el cap |
| a) Orientació | d) Expressió del rostre | 7. Expressió del rostre |
| b) Distància | e) Direcció de la mirada | 8. Gestos |
| c) Postura, gestos i moviments del cos | f) To de veu | 9. Mirada |
| | g) Ritme i velocitat del discurs | 10. Aspectes no lingüístics del discurs |

Com podem veure, les possibilitats de comunicació no verbal són molt àmplies, per això és impossible de donar ni tan sols una visió esquemàtica de tot el conjunt. Triarem únicament alguns estudis significatius.

1.^a Les distàncies

Es deu a Edward T. Hall la creació de la «proxèmica», estudi de la significació de les distàncies per a la comunicació humana. A major o menor distància, les formes de comunicació varien substancialment. Si hi són molt a la vora no puc veure la silueta completa de l'altre, però sí els seus trets facials més insignificants, copso les seves emocions, m'arriba el seu escalf humà, el to de la veu es fa més íntim, ens podem tocar; quan les distàncies augmenten, l'altre es distancia i s'objectiva, la relació es refreda... A partir d'estudis empírics, Hall ha establert quatre distàncies diferents (vàlides per a la cultura nord-americana i amb importants variacions en altres cultures):

- Distància íntima (fase propera: fins a 15 cm; fase llunyana: 15-45 cm)
- Distància personal (fase propera: 45-75 cm; fase llunyana: 75-120 cm)
- Distància social (fase propera: 1,20-2,00 m; fase llunyana: 2-3,5 m)
- Distància pública (fase propera: 3,5-7,5 m; fase llunyana: 7,5-... m)

2.^a Gestos, postures i moviments

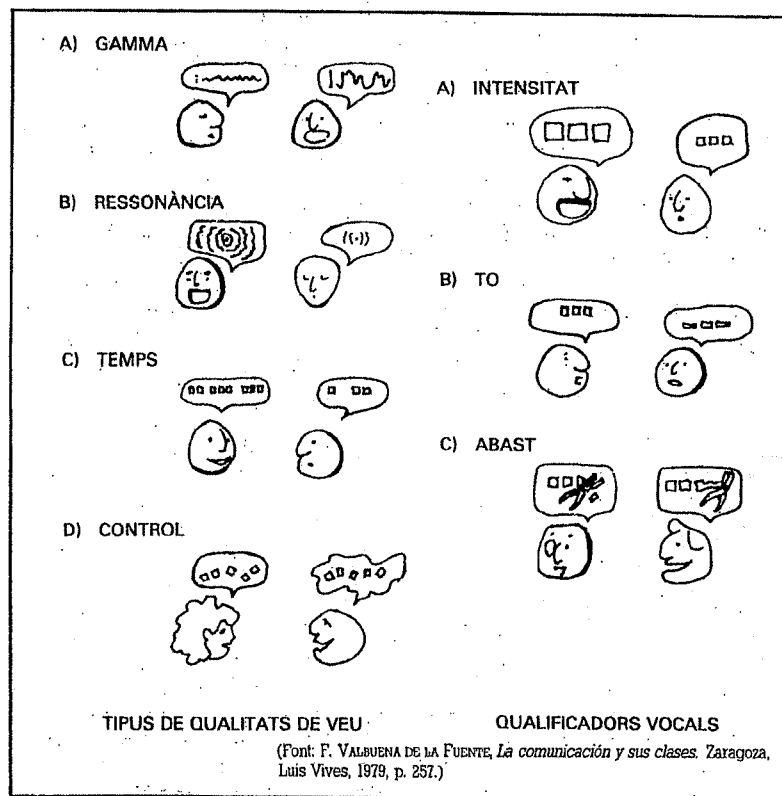
Llur estudi l'inicià fonamentalment Ray L. Birdwhistell, creador de la «kinèsica». La cara, per exemple, pot realitzar fins a un quart de milió d'expressions

diferents (Birdwhistell anomena *kine* els moviments més petits, a penes perceptibles), però només pocs (*kinemes*) són veritablement significatius. Amb una càmera a gran velocitat es poden revelar centenars de posicions de la parpella, però l'home sols en pot notar onze, d'aquests *kines*, dels quals només sis són significatius (*kinemes*): parpelleig, parpella inclinada, mirar guenyo, ulls serrats, oberts, i tancats. Amb tot, cada gest només adquireix valor expressiu complet en un context més ample: ulls oberts poden indicar por, atenció, astorament..., segons la postura de les celles, la boca, les arrugues del front, etc.

Els estudis de Birdwhistell són enormement detallats i han rebut moltes crítiques, però tenen l'avantatge d'haver estimulat moltes altres investigacions.

3.¹ Parallenguatge

La comunicació verbal va acompanyada sempre de vocalitzacions no verbals que poden ser molt significatives. El quadre següent, tret de R. Harrison, és suficientment aclaridor:



4.¹ Objectes

Sempre que exhibim un objecte volem comunicar quelcom. Sens dubte, el més important de tots és el **vestit**. «El vestit és comunicació», diu Umberto Eco. Està sotmès a codis i normes més o menys rígids segons els grups de pertinença i vol dir coses molt distintes segons les èpoques i els ambients socials: Què significa entrar amb americana en un bar o entrar sense americana a l'oficina? Els objectes que adornen la **casa** comuniquen també a qui ve de visita com és el qui hi viu; els **regals** poden dir molt o gairebé no res (regals convencionals), etc.