

programes que més atreuen els públics que sintonitzen amb aquest tipus d'emissors, sobretot les més desenvolupades industrialment.

Dins del panorama europeu destaca de manera especial l'Estat espanyol. Després de dècades amb un sistema televisiu uniforme i monopolitzat per

espanyol, però a tot arreu es troben experiències interessants, tal com s'analitza en aquest llibre.

En definitiva, es tracta d'una obra molt important en el seu camp, fruit d'un esforç notable de coordinació i de sistematització de dades i conceptes, que mereix ser tinguda en compte, tant pel

[Metadata, citation and similar](#)

alanes amb Accés Obert

més variats i oberts del continent. En primer lloc, per l'existència de les televisions autonòmiques —que ja estan transmetent-se per satèl·lit per a tot l'Estat i per a l'estranger, i que són les més desenvolupades de les regions europees—, i d'altres models, com ara la descentralització de TVE i la més tímida de les televisions privades Antena 3 i Tele 5, i les televisions locals, tant les metropolitanes —com és el cas de BTV—, com les set-centes repartides per diferents pobles i ciutats. Altres Estats europeus es troben lluny d'aquest ric i complex panorama

bo que hi hagués obres d'aquest tipus referides a d'altres mitjans de comunicació, com ara la premsa o la ràdio, i d'altres indústries culturals i nous mitjans telemàtics. Això suposaria que la recerca en comunicació a Catalunya està arribant a un grau de maduresa que li permet ser tinguda en compte en els àmbits científics estrangers.

Daniel E. Jones

Universitat Autònoma de Barcelona
Departament de Periodisme
i de Ciències de la Comunicació

RODRIGO ALSINA, Miquel
Comunicación intercultural

Rubí: Anthropos Editorial, 1999. 270 p.

La comunicació intercultural és un objecte d'estudi relativament recent. Tota teoria sorgeix a partir de la necessitat social de la seva existència, i no va ser fins després de la Segona Guerra Mundial que es van donar les condicions idònies per al desenvolupament dels estudis de comunicació intercultural. Com afirma el mateix autor de *Comunicación intercultural*, Miquel Rodrigo, «des d'Occident es tractava de conèixer la cultura dels diferents pobles per poder comunicar-se i fonamentalment per negociar amb ells»¹. El caràcter recent d'aquests estudis fa que

la delimitació de la comunicació intercultural sigui encara confusa i estigui, encara avui, sotmesa al debat intel·lectual.

Els orígens dels estudis de la comunicació intercultural se situen als anys vint, quan la creació de la Societat de Nacions va deixar en evidència la necessitat de comunicació entre els diversos pobles i les diverses cultures d'arreu del món. Edward T. Hall va ser el primer a emprar l'expressió *intercultural communication*, i ho va fer a la seva obra *The Silent Language*, de 1959. Durant els anys seixanta, la necessitat de la comunicació intercultural

1. RODRIGO, Miquel (1996), «Els estudis de comunicació intercultural», *dCIDOB*, 56 («La interculturalitat»), juny-juliol, Barcelona: Cidob Edicions, p. 10-12.

ral va venir afavorida, d'una banda, per la reivindicació d'algunes minories de la seva pròpia cultura i, de l'altra, pel contacte forçós entre cultures que va suposar l'esclat de les guerres al sud-est asiàtic. Amb la creació, a inicis dels setanta, d'una comissió per a l'estudi de la *International and Intercultural Communication*, la comunicació intercultural va anar agafant solidesa com a disciplina. Amb tot, encara avui és necessària una unificació de conceptes i bases teòriques per tal d'assolir la unitat dels estudis de comunicació intercultural.

Tota definició de comunicació intercultural posa de manifest que es tracta d'una comunicació entre persones de cultures diferents. S'hi remarca, doncs, el caràcter interpersonal de la interacció comunicativa. I, d'alguna manera, s'hi ignora l'important paper dels mitjans de comunicació, avui un dels principals transmissors d'imatges i idees sobre les cultures diferents de la nostra.

La importància que han adquirit en l'actualitat els moviments migratoris —que comporten un augment considerable de les relacions entre individus de cultures diferents— ha convertit la interculturalitat, el diàleg entre cultures, en un dels fenòmens actuals de més importància. A *Comunicación intercultural*, Miquel Rodrigo destaca que la interculturalitat es manifesta en diferents àmbits, en diferents expressions culturals i relacions socials. L'objectiu de l'autor, a banda d'exposar amb claredat els fonaments de la comunicació intercultural, és col·laborar a millorar la comunicació entre persones que no comparteixen els mateixos referents socioculturals.

L'autor afirma que el que caracteritza, la majoria de vegades, la comunicació intercultural és el desconeixement que es té sobre l'altra cultura, per la qual cosa al llarg de l'obra queda palès el seu interès de col·laborar en una millor comprensió de les *altres* cultures. La constatació de l'existència de cultures molt diverses no

hauria d'anar acompanyada d'una sobre-dimensionalització de les diferències culturals; és positiu, doncs, que combatem la tendència a posar l'accent a la diferència i obviar tot allò comú. Segons Miquel Rodrigo, aquesta tendència condueix a una universalització de la diferència, és a dir, a considerar que els éssers humans som, en essència, diferents. Un fet que, tal vegada, comporta una actitud d'essencialisme cultural que cerca diferenciar per tal d'excloure.

En aquesta obra s'analitza de manera precisa el concepte d'interculturalitat, i es pretén donar ordre a tot un seguit de malentesos que recauen sobre aquest concepte i altres, com són el pluralisme cultural, el multiculturalisme i l'etnocentrisme, entre d'altres. Partint d'un concepte interaccionista de cultura, i allunyant-se de la concepció essencialista, que considera la cultura com quelcom inamovable i ahistòric, Miquel Rodrigo pren com a punt de partida que la cultura es construeix per la interacció dels éssers humans, tot i que mai està del tot construïda, perquè contínuament està en procés de contrucció. L'autor se serveix d'aquesta postura teòrica, l'interaccionisme, per fer èmfasi, sobretot, en el relativisme cultural. Així, no s'ha de considerar que hi hagi cultures superiors i cultures inferiors. En paraules de Rodrigo, «si acceptem que no hi ha una jerarquia entre les cultures, estarem postulant el principi ètic que considera que totes les cultures són igualment dignes i mereixedores de respecte» (p. 68). L'autor advoca per intentar reconciliar l'universalisme i el relativisme, dos posicionaments tradicionalment percebuts com a contraposats. Segons ell, la comunicació intercultural ens pot ajudar a conviure amb la paradoxa que tots som iguals i tots som diferents. En aquest terreny, doncs, s'ha de posar l'accent a considerar que l'única forma de comprendre correctament les cultures és interpretant les seves manifestacions d'acord amb els seus propis crite-

ris culturals. Però, com podem evitar caure en l'etnocentrisme? Com podem obviar el conjunt de maneres de pensar, actuar i sentir que hem interioritzat i que conformen el *nostre* món? Lluny de ser una proposta clara, una solució, Miquel Rodrigo reflexiona a l'entorn de les característiques que podrien fer de la comunicació intercultural una comunicació efectiva. Malauradament, la proposta és únicament teòrica, i s'allunya de les pràctiques socials de la vida quotidiana. Rodrigo fa, doncs, teoria de la pràctica de la comunicació intercultural. Els consells, les receptes per assolir un contacte i una interacció eficaços, hi són exposats de forma teòrica, científica, de manera que el lector no sempre serà capaç de poder traslladar aquest seguit de recomanacions a la pràctica de la vida quotidiana.

Comunicació intercultural deixa constància en tot moment de la interdisciplinarietat i la transversalitat que caracteritzen els estudis d'aquesta nova disciplina. Les principals influències provenen de l'antropologia, la psicologia i la sociologia. Miquel Rodrigo afegeix la semiòtica i la lingüística en la llista d'influències, però novament la proposta és només teòrica, i en cap moment es fa referència a la manera com podem estudiar i analitzar la presència de la interculturalitat, per exemple, als discursos dels mitjans de comunicació.

En la introducció i en el primer capítol, on se'ns presenten les característiques de la comunicació intercultural com a objecte d'estudi, l'autor fa un intent d'aclarir els conceptes, i es posiciona teòricament davant el tema, adoptant, com hem dit, una perspectiva interaccionista i fenomenològica. Al llarg d'aquestes primeres pàgines, Miquel Rodrigo apunta la distinció entre comunicació intercultural interpersonal —la que té lloc entre persones, cara a cara— i comunicació intercultural mediada —on ja entra en joc l'acció mediatra dels mitjans de comunicació de massa—. Hi aporta també les seves

pròpies definicions de multiculturalitat i interculturalitat, dos conceptes que sovint s'utilitzen com a sinònims, però que per a l'autor suposen realitats totalment diferents. La multiculturalitat o pluriculturalitat defineix, per a Rodrigo, un estat de coses, una coexistència de cultures diverses dins d'un mateix territori. Per contra, la interculturalitat defineix les relacions entre aquestes cultures diferents, el diàleg o interacció entre els membres d'aquestes cultures. L'ideal seria, doncs, l'assoliment d'una interculturalitat real i eficaç.

L'autor critica el pensament dicotòmic occidental, essent conscient del risc que comporta un pensament d'aquestes característiques. En base a la distinció entre essencialisme i construccionisme, universalisme i relativisme, igualtat i diferència, i subjectivitat i objectivitat, Rodrigo fa un repàs teòric de les temàtiques i els autors que s'han anat situant en una o altra banda d'aquestes dicotomies. El pensament dicotòmic, d'acord amb l'actual complexitat, serveix per problematitzar el món, per intentar posar ordre al caos que ens envolta. Per a Rodrigo, el problema epistemològic que suposa l'estudi de la comunicació intercultural quedaria més o menys resolt si s'adoptés una epistemologia multicultural, segons la qual la realitat és una construcció, les interpretacions sempre són subjectives, els valors són relatius i el coneixement és un fet polític i social —no només biològic.

És important dedicar unes quantes línies al comentari del capítol sobre els mitjans de comunicació. Miquel Rodrigo adopta un posicionament crític i afirma que els mitjans de comunicació són un dels principals transmissors d'estereotips en l'actualitat. Mitjançant aquestes simplificacions de la realitat, els mitjans contribueixen a crear una consciència de superioritat de tot allò «nostre» respecte a tot allò dels «altres», que es presenta carregat de vicis i desviacions pròpies d'una cultura considerada inferior. L'autor

exposa diversos exemples que il·lustren l'etnocentrisme dels mitjans de comunicació, i fa èmfasi sobretot en la imatge que els mitjans de comunicació occidentals transmeten sobre el món àrab. Reprenent la idea de Paul Balta, Rodrigo apunta els quatre estereotips que els europeus tenen dels àrabs: el terrorista, el pobre treballador immigrant, el ric emir del Golf i l'integrista fanàtic. No obstant això, l'autor es distancia dels intents apocalíptics que es limiten a culpabilitzar i criminalitzar els mitjans de comunicació, i es planteja fins a quin punt l'etnocentrisme dels mitjans és inevitable. En un intent de romandre imparcial, Miquel Rodrigo torna a incidir en la idea que els mitjans de comunicació, això sí, són els responsables de la creació i recreació d'una interpretació hegemònica dels fets que succeeixen a la realitat, o, dit d'una altra manera, són un dels responsables que s'hagin aixecat fortes barreres entre el *nosaltres* i l'*ells*. En definitiva, segons l'autor, els mitjans combinen internacionalisme i nacionalisme en el tractament dels membres de cultures diferents de la nostra: o bé ens mostren els *altres* com a integrants d'una comunitat global unificadora, o bé cauen en un discurs excoent que ens mostra l'*altre* com a abstracció estereotipada. La seva proposta personal per tal de combatre l'etnocentrisme mediàtic consta de les accions següents: la presa de consciència del propi etnocentrisme, l'autocrítica dels periodistes en el seu propi treball productiu, el canvi dels continguts que hem anat interioritzant, la metacomunicació (explicar en tot moment què es vol dir) i la construcció d'una identitat multicultural. Una proposta que, sens dubte, ratlla la utopia.

La postura de Miquel Rodrigo davant l'etnocentrisme segueix en la línia del que apunta Edgard Weber, quan afirma que «el coneixement de l'altre passa pel coneixement d'un mateix» i que «la reflexió intercultural ha de desembocar en la constatació que la veritat és plural i relativa i que cada cultura ha de treballar en la superació dels seus propis horitzons»². Hem de tenir present, però, que la postura relativista comporta també un cert perill, una idea que Miquel Rodrigo no recull a *Comunicación intercultural*. En primer lloc, cal tenir en compte que la idea del relativisme cultural —la concepció que totes les cultures tenen el mateix valor— és una creació exclusiva de la civilització occidental. Anant més enllà, com afirma Néstor Garcia Canclini, el relativisme cultural «imagina cada cultura existint sense saber res de les altres, com si el món fos un vast museu d'economies d'autosubsistència, cada una a la seva vitrina, imperturbable davant la proximitat de les altres»³. Així, limita el seu igualitarisme a respectar les diferències, però oblidada que aquestes diferències, tal vegada, poden ser conseqüència de la desigualtat.

Un cop delimitat el camp d'estudi de la comunicació intercultural, Miquel Rodrigo inicia la tercera part de l'obra, dedicada a la comunicació intercultural interpersonal, afirmant la importància de prendre consciència que comunicar-se no significa el mateix per a totes les cultures. Per il·lustrar aquesta idea, l'autor se centra bàsicament en la comunicació no verbal, i analitza els diferents usos de la vista, el tacte, el gust i l'olfacte a cultures diferents i, així mateix, dins de la mateixa cultura però tenint en compte la variabilitat històrica. L'objectiu de Rodrigo és evidenciar que una mateixa manifestació de comu-

2. WEBER, Edgard (1996), «La interculturalitat comença per un mateix», *dCIDOB*, 56 («La interculturalitat»), juny-juliol, Barcelona: Cidob Edicions, p. 20-22.
3. GARCÍA CANCLINI, Néstor (1982), *Las culturas populares en el capitalismo*, Mèxic D.F.: Editorial Nueva Imagen.

nicació no verbal pot tenir significats molt diferents segons quina sigui la cultura que es prengui com a referència. Segons l'autor, el primer pas per tal d'apreciar que també hi ha similituds entre cultures ha de ser el desig de conèixer gent d'altres cultures. Però, n'hi hauria prou amb aquesta voluntat? Com podem empatitzar amb els *altres* de tal manera que deixem a un costat tot allò que forma l'imaginari col·lectiu de la societat que ens ha socialitzat? Novament, el discurs de l'autor obre camí a multitud de paradoxes, de qüestions de resposta difícil que, sens dubte, reforcen la idea de l'actual complexitat. És en aquesta tercera part on Miquel Rodrigo introdueix el tema de les emocions, al voltant del qual giren molts dels darrers articles que l'autor ha publicat a revistes especialitzades. La teoria constructivista de les emocions li serveix per adoptar, novament, una postura relativista envers el tema: les emocions són construccions socioculturals —adquirides, no innates— que varien d'una cultura a una altra i que, igualment, pateixen variacions històriques en el si d'una mateixa cultura. És precisament la comunicació no verbal la que, per a Rodrigo, possibilita més comunicació d'emocions i sentiments.

A la darrera part de *Comunicación intercultural*, Miquel Rodrigo exposa tres teories a l'entorn de la comunicació intercultural. La primera, la teoria de la gestió de l'angoixa i la incertesa, postula que la comunicació entre persones de cultures diferents provoca un grau d'angoixa més gran que la que té lloc entre persones que comparteixen uns mateixos referents culturals. La segona, la teoria de l'adaptació transcultural, posa l'èmfasi en l'existència d'un procés d'adaptació a què es veuen abocats els individus que, després d'haver completat el seu procés de socialització en el seu país d'origen, tenen un contacte de llarga durada amb una cultura nova, desconeguda. La tercera teoria que exposa l'autor, la teoria de la cons-

trucció de la Tercera Cultura, parteix de la necessitat d'establir un model que doni resposta als conflictes interculturals actuals, un model que estaria basat en la mútua acceptació de diversos models d'interacció. Miquel Rodrigo, proper a la tercera teoria —tot i que no s'hi posiciona de manera explícita—, la resumeix dient que un requisit previ per abordar la comunicació intercultural és canviar la nostra manera de veure el món.

Aquesta darrera idea es relaciona amb els elements imprescindibles per dur a terme una comunicació intercultural eficaç. Aquests elements són, segons Rodrigo, els següents: ha d'existir una nova competència comunicativa entre els individus que es comuniquen i, d'altra banda, ha de tenir lloc un coneixement previ de l'altra cultura. La qüestió crucial es torna a repetir: com podem conèixer realment una cultura diferent de la nostra si tota mirada, tot coneixement, és parcial i exclouent? És a dir, com podem entendre una cultura diferent de la nostra si qualsevol intent de comprendre un altre univers de valors es veurà tacat pels valors que tenim interioritzats? Sens dubte, es tracta d'una qüestió important en els temps actuals. Les aportacions teòriques de *Comunicación intercultural* poden ser una bona eina inicial per tal de tenir interès en altres cultures. Amb tot, cal reiterar que la teoria no és suficient en temes complexos com aquest. Al lector li calen exemples més pràctics, exemples de situacions amb què es pot trobar a la vida quotidiana. Li calen també exemples que deixin entreveure què és el que pot passar si la comunicació intercultural no es du a terme de manera eficaç, que és, d'altra banda, el que sol succeir en l'actualitat. Si que és cert que Miquel Rodrigo afirma en diverses ocasions, especialment a la darrera part del llibre, que molt pocs països estan preparats per admetre la seva realitat pluriètnica i multinacional. Com es pot solucionar aquesta situació, sens dubte,

negativa? Per a l'autor, l'eliminació dels estereotips negatius que cada cultura produeix de les altres cultures seria un bon camí per iniciar una negociació intercultural en posició d'igualtat. El repte torna a ratllar la utopia: que la interculturalitat no sigui font de conflictes, sinó espai de negociació, cooperació i, en definitiva, humanització.

La validesa i l'interès d'aquesta obra rau en l'exposició clara que l'autor fa del concepte, complex, d'interculturali-

tat, així com en les directrius que marca per tal d'assolir una comunicació intercultural eficaç. Tanta aportació teòrica, però, pot arribar a ser contraproductiu per a un lector que només vulgui saber com pot conèixer l'*altre*, com hi pot dialogar i com pot deixar-se conèixer per aquest *altre*. Un *altre* amb qui, no ho oblidem, compartim un mateix espai.

Marta Rizo i García

Universitat Autònoma de Barcelona

LEDO, Margarita

Documentalismo fotográfico

Madrid: Cátedra, 1998, 192 p.

Es difícil poner límites a las formas de representar la realidad. Someter el documento a unas reglas de estilo, a unos códigos restringidos es empobrecer la calidad de la comunicación, cercenarla con estereotipos invariables y además retroceder en el camino que la foto de lo real se ha trabajado a lo largo de su historia. Los códigos, sin embargo, existen como forma de reconocimiento, cada vez más bajo la forma de unos protocolos de emisión y de recepción que determinan la actitud con que se consume la foto. Algunos de ellos, los que exploran los límites de la representación, incluso problematizan la pura trasposición analógica, la semejanza explícita, que ha caracterizado a la fotografía frente a los otros medios de expresión: las fotografías de testimonio también ahondan en su lenguaje, en su noción de autoría, en el reconocimiento de su subjetividad a partir de experimentaciones formales que a veces dificultan el acceso a la información. La apertura del arte establecido hacia algunos registros documentales y la moda de la verdad a través de realidades dramatizadas en forma de relato son contrapesos a toda la carga virtual que propaga la publicidad y la prensa y son factores que contribuyen

a la dificultad de acotar de forma estricta el territorio de lo que constituye hoy en día la función documental.

En este contexto *Documentalismo fotográfico*, de Margarita Ledo, es un empeño alcanzado de arrojar luz sobre el panorama de la imagen de realidad. Con orden, consciencia y precisión, si bien a través de un lenguaje no siempre accesible al lector no iniciado, Ledo recoge y actualiza con lógica propia todas las ideas fundamentales que rodean a la fotografía documental contemporánea y al mismo tiempo establece relaciones que generan puntos de vista inéditos.

La postura de Ledo es partidista: «No podemos deducir que sea en absoluto la pérdida de credibilidad mediática de la foto [...], ni deberíamos dar por sentado que ya sólo somos capaces de mirar imágenes desde la saturación de los códigos de lectura publicitarios e infográficos»; o todavía de forma mucho más tajante: «La pérdida de la cultura documental es la base de nuestra escasa necesidad de comprensión».

Ledo establece, a lo largo de su libro, múltiples referencias a fenómenos o a parcelas de expresión aparentemente ajenas a la fotografía y de esta manera ahonda