

## MITJANS DE COMUNICACIÓ DE MASSES I SUPÒSITS TEÒRICS PER A LA RECERCA

---

TERESA VELÁZQUEZ GARCÍA-TALAVERA

La recerca de la comunicació de masses s'ocupa d'un vast camp d'estudi on coexisteixen diferents teories, mètodes, models i, en conseqüència, tendències i escoles. Això mena a un entrecruament de disciplines, teories i mètodes. La major part, des de la perspectiva de la teoria de la comunicació, i la resta, des de l'àmbit d'altres disciplines i teories, de les quals destaquem la *teoria del discurs*.

En sentit extens, aquestes teories tenen, com a preocupació comuna, una cosa tan ancestral com és l'acció comunicativa en general i la de l'ésser humà en particular. En el seu desplegament, la primera compta amb prou temps d'assentament teòric (més de mig segle d'estudis controvertits en l'àmbit de les ciències socials) i la segona, amb vint anys escassos d'implantació en l'àmbit de la lingüística, la teoria literària i la semiòtica, i amb el desafiament de realitzar diferents assajos i estudis empírics com a comprovació metodològica.

Des d'aquesta perspectiva, definim la comunicació de masses com un dels discursos socials que circulen dins la societat i que, com tot discurs, respon a unes determinades regles de producció i construcció que, en el seu cas, impliquen el quefer professional, centrat en les rutines derivades de la tasca productiva, entre les quals destaquem l'establiment de l'agenda temàtica, a partir de la selecció i jerarquització d'allò que el mitjà considera de major o menor rellevància, la qual cosa contribueix a la construcció de la realitat social que, com a conseqüència del procés de tematització, passa a formar part de la memòria col·lectiva, a llarg termini, dels receptors d'aquest discurs i dels mateixos productors.

Amb el que hem dit fins ara, queda de manifest que, en l'àmbit de la recerca de la comunicació de masses, atenem d'una manera preferent tant la teoria dels efectes com la teoria del discurs.

Així, creiem que hi ha una relació entre la construcció dels temes i l'aplicació de les macroregles textuais, el reconeixement de la intertextualitat i la presència de la tematització.

La *macroregla de la generalització* és el resultat d'un procés transformatiu gramatical que redueix la informació continguda en el text a allò que és més rellevant. En aquest sentit, plantejem la nostra hipòtesi de relacionar aquests aspectes. Si la *intertextualitat* és el resultat de veus múltiples, d'enunciats anteriors i d'aquells que es puguin produir, i la *tematització* és l'efecte, a llarg termini, de l'establiment diari dels temes objecte d'informació, i el seu manteniment al llarg del temps, que té com a conseqüència el fet que aquests temes passin a formar part de la memòria col·lectiva dels consumidors del discurs de la comunicació de masses i que —mitjançant selecció individual prèvia d'allò que ha estat més significatiu per a l'individu— passarà a formar part del seu coneixement del món, creiem *a priori* que podem establir una relació entre aquests tres factors.

D'altra banda, i en el cas concret de la televisió, encara que es pugui estendre a d'altres mitjans de comunicació, el mitjà decideix no només l'auditori, sinó també l'escenari marc en el qual apareixeran les distintes formes discursives d'expressió dins de la programació (televisiva, radiofònica), de la distribució morfològica del diari, etcètera, com a manifestació del seu discurs global, del control de la programació i de la funció general temàtica que assigna als seus continguts temàtics. Tot això condiona, també, els diferents models genèrics i, en els processos de selecció, tant de textos escrits com àudio-visuals, la tasca d'editatge és un dels espais privilegiats on el discurs televisiu aporta la seva contribució a la construcció de la realitat social.

Per concloure, només fer una referència a les metodologies que s'haurien de tenir en compte en la recerca, tal com es planteja en aquestes pàgines. Les resumim en els pressupòsits teòrics següents:

En relació amb el primer aspecte, com ja hem dit en el preàmbul d'aquesta introducció, prenem en consideració dos vessants teòrics: el primer, centrat en la teoria de la comunicació, i el segon, contingut en la teoria del discurs.

1. Els elements que ens serveixen com a punts de referència metodològics, en el marc de la recerca de la comunicació de masses, els centrem —prioritàriament— en la teoria dels efectes a llarg termini, en el mecanisme de construcció de l'agenda temàtica, en el procés de

la tematització i en la informació com a construcció de la realitat social, i en aquest sentit, ens interessa també d'establir com afecten aquests aspectes tant als productors com als consumidors del discurs de la comunicació de masses. D'altra banda, ens aturem també en la rutinització de l'activitat professional i en els distints mitjans en relació amb aquest aspectes.

2. Pel que fa a la teoria del discurs, ens fixem en els seus nivells, centrats en tres aspectes que considerem fonamentals i derivats de les components sintàctica, semàntica i pragmàtica. En aquest sentit, analitzarem l'organització superestructural temàtica de les diverses formes genèriques, les macroestructures temàtiques, l'acció comunicativa centrada en els actes de parla i l'estratègia dels canvis de torn i l'organització actancial, i també els aspectes estilístics i retòrics.