

VILADOT PRESAS, Maria Àngels (2012). *Comunicación y grupos sociales*.
Barcelona: UOC. 241 p.

L'objecte específic de l'obra *Comunicación y grupos sociales* és la interacció, entesa com a matriu fonamental de tota comunicació humana. La interacció ha estat i és un dels principals camps de preocupació de disciplines com la psicologia social i més en concret de la psicologia social de la llengua. En aquesta línia, l'editorial UOC ens ofereix un volum excel·lent, en el qual s'aborden temàtiques que difícilment trobarem tractades ni en llengua castellana ni catalana. La seva autora, la doctora Maria Àngels Viladot, una experta en aquests àmbits, és tutora i professora consultora de l'assignatura Comunicació intergrupar i intercultural a l'Institut Internacional de Postgrau de la UOC, i té multiplicitat de publicacions en aquests àmbits d'estudi. En aquest sentit, el nou llibre que presentem és la continuació de *Lengua y comunicació intergrupar*, publicat l'any 2009 també per l'editorial UOC.

Pel que fa al gènere, *Comunicación y grupos sociales* és un llibre fonamentalment teòric, la qual cosa no significa que estigui buit d'exemples il·lustratius. Ans el contrari: és ric en exemples que permeten una lectura de fàcil comprensió i, fins i tot, amena. En l'àmbit de la comunicació, el rovell de l'obra podria radicar en l'especialització del llenguatge utilitzat, així com en la ubicació del centre de la reflexió en els processos interpersonals i intergrupals d'interacció i no en els processos de difusió d'informació que tenen lloc a través dels mitjans massius.

Tal com la doctora Viladot ens diu al llarg del llibre, l'adquisició de coneixements en psicologia social és el resultat de l'esforç en una doble direcció: teòrica i investigadora. Aquestes dues fases es necessiten i impliquen mútuament i componen un cicle, el de l'adquisició de coneixements, que es completa amb una tercera fase, l'aplicació, consistent a convertir aquests coneixements ja adquirits en quelcom que intenta contribuir a incrementar el benestar dels éssers humans, tant en l'àmbit individual com col·lectiu. L'aplicació acaba sempre per plantejar noves qüestions que estimulen intents renovats de teorització i investigació, amb la qual cosa el cicle es retroalimenta a si mateix.

Comunicación y grupos sociales consta d'una introducció i quatre capítols. Cada capítol acaba amb una bibliografia específica. L'autora ens aporta, a més, diferents adreces de pàgines web relacionades amb el contingut del capítol.

A la introducció ens planteja com els missatges sobre els grups i l'intercanvi de missatges entre les persones i entre els grups constitueixen una part fonamental del paisatge de la comunicació intergrupar. Ens defineix què és la comunicació intergrupar: qualsevol percepció, cognició o conducta que estigui influïda pel reconeixement de la gent que ells i altres són membres de diferents grups socials és comportament in-

tergrupals. Aquesta definició reconeix que les relacions percebudes entre els grups socials (per exemple, entre grups ètnics, entre nacions) pot tenir efectes sobre la conducta dels membres d'aquests grups, efectes que van més enllà de les trobades cara a cara. Aquesta definició sorgeix de la perspectiva intergrupals descrita per la psicologia social que sosté que gran part de la conducta social està influïda fonamentalment per les categories socials a les quals pertanyem, així com per les relacions de poder i d'estatus que hi ha entre aquestes categories.

El capítol I, «Dinámicas de comunicació entre grupos sociales», reuneix sota el mateix paraigua de la comunicació intergrupals ja plantejada a la introducció teories tan rellevants en psicologia social com la teoria de l'acomodació en la comunicació (TAC). Abans d'introduir-s'hi, Maria Àngels Viladot ens explica com les relacions intergrupals s'associen gairebé sempre amb l'estatus, el poder, el prestigi i els recursos diferencials, i ens introdueix en temes tan essencials en els grups estigmatitzats com l'amenaça dels estereotips. Les persones estigmatitzades són conscients que altres poden jutjar-les i tractar-les de manera estereotípica i se senten preocupades que la seva conducta es converteixi en una profecia d'autocompliment. L'amenaça de l'estereotip és màxima quan existeixen senyals que el context està dominat per una visió cultural del món que difereix de la del nostre grup. Ara bé, l'objectiu principal d'aquest capítol és desenvolupar una descripció general i sintetitzar les investigacions i teories sobre llenguatge i acomodació. L'eix principal d'aquesta teoria —teoria de l'acomodació en la comunicació— és la importància de les conductes de la comunicació en la interacció interpersonal i intergrupals. Les conductes del llenguatge i de la parla són importants en les interaccions en la mesura que són indicadors de la pertinença a un grup i de la identitat personal. El llenguatge que utilitzem i com l'utilitzem, o les conductes no verbals quan parlem, poden assenyalar prejudicis de moltes menes, indicar diferències d'estatus, definir límits endogrupals o exogrupals, o imposar rols o conductes específiques basades en certes normes. Una teoria satèl·lit de la TAC és la teoria de la identitat i vitalitat etnolingüística, a partir de la qual l'autora del llibre que ressenyem ha realitzat diverses investigacions no només a Catalunya sinó en contextos tan dispars com als Països Baixos i Chiapas (Mèxic), la qual cosa dóna més solidesa als coneixements que hi aporta.

Després de desenvolupar el marc teòric dels processos de l'acomodació en la comunicació interpersonal i intergrupals, l'autora s'endinsa en una de les formes de comunicació més paradigmàtiques: la parla condescendent o sobreprotectora com un exemple de sobreacomodació en els processos comunicatius, un tipus de parla a través de la qual, ja sigui conscientment o inconscientment, un dels interlocutors en la interacció usa indegudament el poder. El llibre desenvolupa el model de predicament comunicacional intergeneracional, que consisteix en un cicle de retroalimentació negativa en el qual la comunicació condescendent basada en estereotips per raó d'edat reforça els comportaments estereotípics en les persones grans, conduint a nivells més baixos de funcionament cognitiu i físic, així com a una baixa autoestima. Aquest model també explica els processos de retroalimentació negativa en els quals es troben les persones amb discapacitats i en general estigmatitzades. Una part molt interessant del

capítol és la que ens explica com contrarestar la condescendència des de la persona que la rep sense que les identitats respectives (la de la persona que fa la condescendència i la que la rep) quedin malmeses. La comunicació condescendent i la *bay talk* és un exemple clar de com les interaccions comunicatives entre les persones són importants en tots els àmbits de la nostra vida i, en aquest cas, especialment en el sector de l'assistència sanitària. L'autora també ens presenta aquí les investigacions que va realitzar fa uns anys a Catalunya sobre aquesta mena de comunicació contraproduent per als més grans.

Al capítol II, «Comunicación entre culturas», l'autora fa un salt de la comunicació intergrupala a la comunicació intercultural i, per tant, una nova variable entra en escena: la cultura. Tanmateix, veurem com la comunicació intergrupala envaeix la comunicació entre persones de cultures diferents. Per tant, els coneixements que l'autora ha desenvolupat en el capítol precedent s'enllacen necessàriament amb les matèries d'aquest segon capítol. Podem dir que el focus d'aquest capítol és la influència de la cultura en el comportament. El capítol s'enceta amb una descripció resumida des del naixement de la psicologia intercultural fins avui dia. Molts dels psicòlegs més importants han considerat que la cultura és fonamental per a la ciència social i que l'estudi de la influència de la cultura sobre les persones és la definició de la disciplina de la psicologia social. L'estudi dels valors té una llarga història en les ciències socials. Segons la psicologia social, els valors orienten les conductes específiques de les persones d'una manera integrada i significativa.

Els psicòlegs interculturals i diversos psicòlegs socials han proporcionat proves de la considerable variació cultural en una colla de comportaments humans bastant bàsics i processos socials. La major part de la investigació identifica una diferència general entre les cultures orientals i occidentals: en efecte, el debat contemporani en psicologia social sobre *cultura* està limitat sobretot a aquest contrast, o més precisament al contrast identificat per Hofstede (entre altres investigadors) entre diverses dimensions que afecten les conductes entre occidentals i orientals. El treball de Hofstede va ésser un *tour de force* que contribuï al desenvolupament del camp de la psicologia intercultural. Aïllà cinc dimensions mitjançant les quals podien comparar-se quaranta països: distància del poder, evitació de la incertesa, masculinitat/feminitat, individualisme/col·lectivisme, i finalment, orientació a llarg o curt termini. La doctora Viladot ens fa una revisió d'aquestes dimensions, ens mostra com de profundes poden arribar a ésser aquestes diferències comunicatives i com afecten els processos cognitius i perceptius bàsics. En aquest capítol també explora els conceptes del *jo independent* i el *jo interdependent* per distingir entre els diferents tipus del *self* trobats en diferents cultures, i desenvolupa els conceptes d'*alt context* i *baix context*: en les cultures de baix context la informació es transmet d'una manera relativament directa a través del llenguatge. En contrast, en les cultures d'alt context, el significat és implícit, comprès en la situació d'interacció i els subtils actes no verbals de les persones. Finalment, ens parla de les barreres del llenguatge per a la comunicació efectiva i ens aporta una colla de recomanacions per ajudar a millorar les relacions interculturals. Aquest és un capítol important que ens dóna compte de les dificultats immerses en la comunicació in-

tercultural i entre nacions. Un dels aspectes més rellevants que aporta l'autora és la interrelació de tots els conceptes que hi desenvolupa. Ocupa el cos central del llibre i és el més llarg del quatre capítols que l'ocupen.

El capítol III es divideix en tres apartats: comunicació no verbal en les relacions cara a cara, comunicació no verbal intercultural (entre cultures i nacions) i comunicació no verbal en dos contextos determinats: la publicitat i la política. Val a dir que aquests últims dos apartats actuen d'exemples aplicats de com participa la comunicació no verbal en diferents àmbits interactius. L'autora defensa d'entrada que la comunicació no és un llenguatge corporal i que les conductes no verbals no tenen una traducció directa; per tant, no poden considerar-se un llenguatge. Per això, com que la comunicació no verbal no és un llenguatge, no sempre llegirem correctament les conductes no verbals dels altres. Ens mostra com la comunicació no verbal està afectada per molts i diversos factors, alguns dels quals són innats i genètics, que produeixen similituds interculturals en la conducta no verbal. També ens ensenya com moltes de les formes de comunicació no verbal s'aprenen a través de la cultura; per tant, a partir de les nombroses formes de percebre i organitzar el món que tenen en comú un grup de persones. L'apartat «Comunicación no verbal entre culturas nacionales» té una relació evident amb els conceptes del capítol precedent. Ens explica com els grups comparteixen un conjunt de conductes no verbals que ajuden a definir-los com una cultura. L'autora reprèn les diferents dimensions culturals de Hofstede i hi afegeix una nova dimensió particularment interessant per analitzar les variacions de la conducta no verbal: les cultures d'alt contacte *versus* les cultures de baix contacte. L'autora ens evidencia com els diferents models de contacte afecten les relacions i ens en descriu diversos exemples. Finalitza el capítol amb assenyats advertiments de com en realitat les cultures són influenciades per diverses de les dimensions descrites de manera simultània, per la qual cosa cal evitar les comparacions senzilles en una única dimensió.

A l'últim capítol, el IV, l'autora ens situa ara en l'àmbit dels mitjans de comunicació clàssics i les noves tecnologies. Els mitjans de comunicació posseeixen actualment un poder sense precedents per codificar i distribuir les representacions simbòliques. En les formes de vida occidentals, les persones inverteixen una quantitat important del seu temps lliure en un mitjà de comunicació o un altre. A través dels mitjans de comunicació es posiciona les persones o aquestes es posicionen a si mateixes davant d'una allau d'imatges i informació sobre móns distants en el temps o en l'espai, així com també del nostre món més pròxim. Les noves tecnologies ens permeten, a la majoria, comunicar-nos i desplaçar-nos a través d'elles sense moure'ns de casa. L'autora ens aporta teories que tracten les formes complexes i subtils per les quals els mitjans de comunicació transcendeixen les nostres pràctiques diàries, les nostres relacions socials i la nostra identitat. Un aspecte fonamental del capítol explica com els mitjans de comunicació poden afectar els processos cognitius involucrats en les relacions intergrupals. Trobem a faltar una anàlisi més àmplia d'aquesta part, tenint en compte la influència fonamental dels mitjans de comunicació en les actituds intergrupals.

Bona part d'aquest últim capítol se centra en la *comunicació mitjançada per ordinador* (CMO), a la qual en un inici se li atribuïu manca d'indicadors (senyals o conductes

no verbals) com els que sí que existeixen en les interaccions cara a cara. L'autora ens exposa la teoria del processament de la informació social, la qual sosté que les funcions relacionals i de creació d'impressions que es configuren mitjançant indicadors no verbals en les relacions cara a cara es tradueixen en indicadors de contingut verbal, lingüístic i estilístic. Aquesta teoria ens explica, doncs, com desenvolupem en línia impressions i relacions socials amb les persones, davant la impossibilitat de recórrer als indicadors no verbals. Aquest és un àmbit d'estudi impressionant, tenint en compte que per a una quantitat ingent de persones les interaccions diàries es fan majoritàriament a través d'Internet, en fòrums, en sales de xat, jocs i altres llocs a la xarxa.

Comunicación y grupos sociales és un llibre ambiciós que aborda temes de gran rellevància social. Al nostre parer, un dels punts forts del llibre és que l'autora ha sabut sintetitzar els aspectes més transcendents en l'anàlisi de la interacció entre les persones, els grups i entre cultures diferents.

Casilda GÜELL
Universitat Internacional de Catalunya
London School of Economics