

---

# UN SISTEMA D'ESPIONATGE

---

## CONVERTIT EN MÈTODE

---

## D'INVESTIGACIÓ SOCIAL

---

Myrtha B. Casanova

El mètode utilitzat pel Servei d'Informació dels Estats Units per conèixer la situació a Alemanya i al Japó, al llarg de la Segona Guerra Mundial, no solament s'ha convertit en un sistema d'investigació social, sinó en un mitjà fructífer d'operar amb eficàcia en el món empresarial.

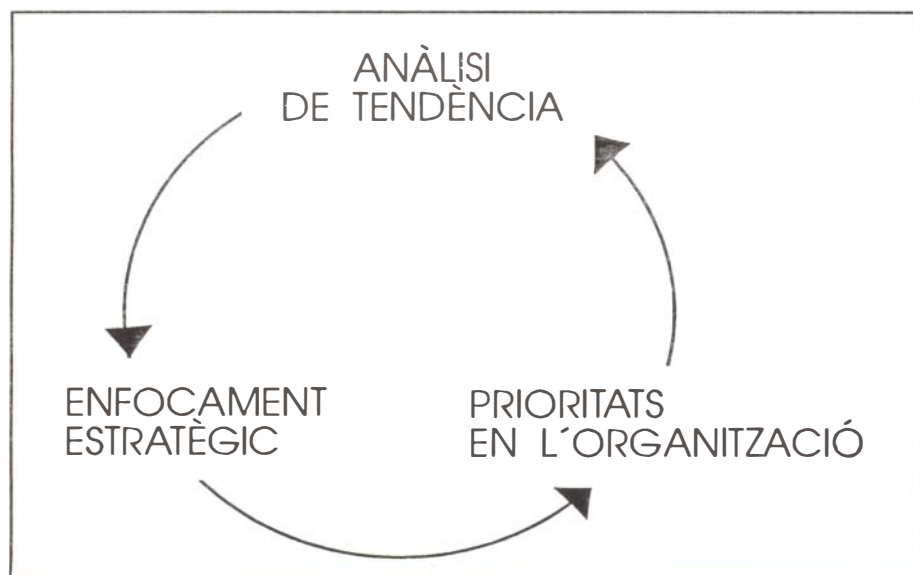
El Naisbitt Group ha adquirit prestigi i notorietat entre els homes i les dones de negocis de tot el món per haver desenvolupat estratègies d'informació sobre les tendències dominants en el si d'una societat. Un dels eslògans d'aquest grup assenyala que cal capitalitzar el canvi, cosa que s'aconsegueix detectant i analitzant les grans tendències que constitueixen el sistema nerviós de la vida social. Això és el que John Naisbitt anomena "megatendències", vocable que va convertir en el títol

d'una de les seves obres. S'ha de dir que els llibres d'aquest autor esdevenen *best-sellers* als Estats Units tan aviat com apareixen.

El Naisbitt Group determina les grans tendències amb un mètode que els serveis d'informació dels Estats Units van fer servir durant la Segona Guerra Mundial. Com s'han d'entendre les tendències? John Naisbitt ens diu que són uns corrents que enllacen racionalment un seguit de fets i ens indica que, gràcies a l'anàlisi d'aquestes tendències,

podem controlar certs fets i fins i tot tenir la clau per obrir la porta de l'avenir.

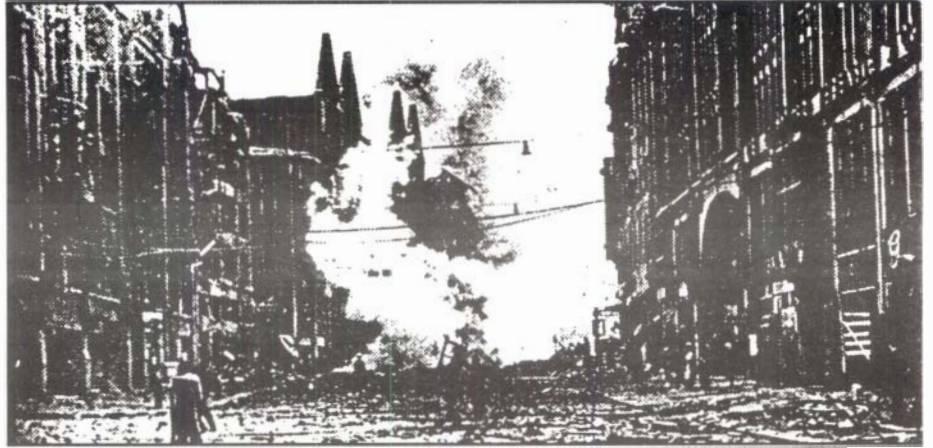
L'estudi de les tendències ens proporciona no solament un coneixement del present, sinó que ens permet capir el desenvolupament dels fets. A més, ens dibuixa l'escenari on es determinen les oportunitats i els reptes que ofereix un entorn sempre canviant. D'aquesta manera podem aconseguir que les forces que mouen el món treballin a favor nostre. Els canvis estructurals són el resultat de diferents esdeveniments polítics, econòmics, tecnològics i socials que incideixen alhora en diferents sectors, empreses, institucions, etc., fins



*L'estudi de les tendències actuals permet preveure l'evolució dels fets, és a dir enfocar estratègicament aquesta evolució, i establir les prioritats d'acció que se'n desprenen en l'àmbit de qualsevol organització de la societat.*



Aspecte d'un dels carrers més importants d'Hamburg després d'un bombardeig aliat que es va efectuar en el mes de juny de 1944. Els serveis d'espionatge dels Estats Units van utilitzar un mètode per informar-se de l'estat material i moral dels alemanys que es basava en l'anàlisi de les notícies que apareixien en la premsa enemiga.



a arribar a l'home i la dona considerats no solament com a consumidors de productes i de seves, sinó com a treballadors que persegueixen una qualitat de vida a través de les seves oportunitats laborals.

Bàsicament, el Naisbitt Group subratlla la importància de la informació com a suport indispensable per aconseguir una llibertat d'acció que ens permeti dominar les circumstàncies amb la deguda previsió.

## COSES DE LA GUERRA

Els serveis d'espionatge dels Estats Units, en l'època de la segona Guerra Mundial, volien saber les condicions en què es trobaven els països enemics. Per això van encarregar a Paul Lazarsfeld i Harold Lasswell, que més endavant es van convertir en coneguts especialistes



en comunicació, la supervisió d'un sistema per conèixer l'estat dels adversaris.

Aquest mètode es basava en el seguiment de certs temes, especialment significatius, que apareixien en la premsa enemiga. L'anàlisi d'aquest material informatiu - freqüència i permanència d'un tema, variacions que presentava, com també el procés de davallada fins a arribar a desaparèixer - revelava els moviments predominants entre els enemics.

Calia obtenir aquell tipus d'informació sobre l'enemic que, en condicions normals, s'hauria pogut aconseguir amb enquestes. Aquest mètode ha rebut la denominació d'anàlisi de contingut. Es van analitzar, principalment, els diaris alemanys per conèixer l'estat de tensió del poble segons les notícies dels bombardeigs o les informacions de caire sanitari. Els esdeveniments de la indústria i de l'economia es reflectien en determinades notícies, com també en l'espai que se'ls dedicava, encara que es mantingués en secret tot el que feia referència a matèries primeres, producció, transport i emmagatzemament dels aliments.



Caricatura de Sherlock Holmes analitzant la premsa per descobrir les tendències de l'entorn.

De mica en mica, es van poder articular certs temes per "llegir" el que realment passava a l'Alemanya d'aquell temps. Tot es feia buidant escrupolosament les notícies locals sobre l'obertura o el tancament de fàbriques, sobre l'anàlisi dels diferents nivells de producció; horaris dels trens, retards, etc. Per exemple, els diaris locals portaven les llistes dels soldats d'aquella població que havien caigut en combat. D'aquesta manera, es va poder establir, per aproximació, el nombre de baixes dels alemanys a partir de les llistes locals. Aquest mètode va donar molt bons resultats i també es va aplicar amb profit en l'estudi de la premsa del Japó.

Després de la guerra, aquests mètodes van ser aplicats pel Naisbitt Group per capir els fets més significatius que enllacen el present amb el futur ja que en el món dels negocis la previsió hi té un paper gens negligible.

## ANÀLISI TEMÀTICA DE CONTINGUT

Segons explica el Naisbitt Group, l'anàlisi temàtica de contingut és un mètode per estudiar i analitzar les comunicacions de forma sistemàtica i objectiva i de mesurar-ne les variables. Alhora, se'ns presenta com un mitjà d'observació i de mesurament. En comptes d'analitzar la conducta de la gent de forma directa, fent preguntes sobre determinats assumptes, l'anàlisi de contingut treballa sobre el conjunt de comunicacions que s'han produït en el si d'un grup determinat.

S'utilitza aquesta mena d'estudi per determinar l'èmfasi o la freqüència de

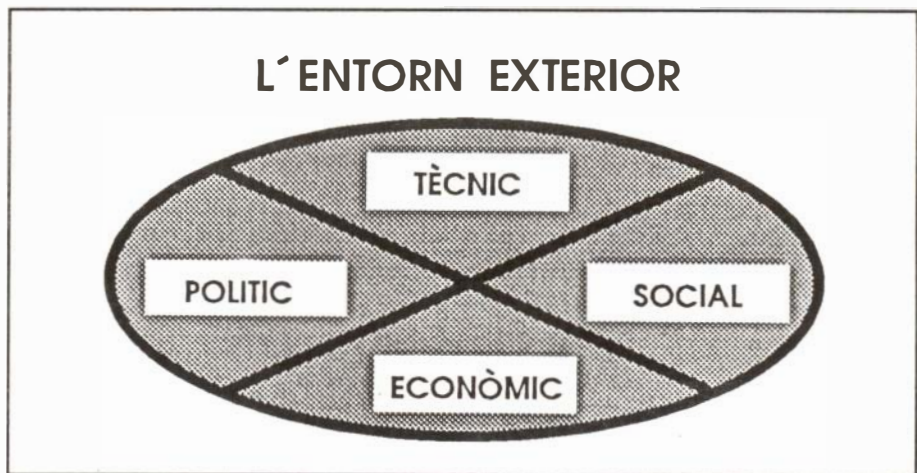
determinats temes en el context informatiu del grup (fenòmens de propaganda, orientacions, estils d'acció, nuclis d'interès predominant, canvis, etc.).

Com a primera aproximació als temes de l'anàlisi de contingut, s'assenyalen diferents camins. El primer, i més comú, correspon a les funcions de designació i definició (*nominal measurement*) i es basa en el recompte dels elements que es poden donar dins d'una determinada categoria que ha quedat ben delimitada. Una segona forma d'avaluació és l'apreciació ordinal o rànquing que persegueix valorar determinats fenòmens d'acord amb un criteri específic. Una altra forma d'avaluació és la classificació o *rating*, que considera els temes estudiats d'acord amb criteris d'igualtat, superioritat o bé inferioritat en relació a altres temes que es prenen com a referència comparativa.

Més complexa, però molt més significativa que aquestes aproximacions, és l'anàlisi temàtica de contingut (*Thematic content analysis*). Aquest mètode comporta alguna cosa més que la simple identificació d'un esdeveniment convertit en tema d'estudi. Requereix que se l'enquadri en un ampli context social. Bàsicament, la finalitat de l'anàlisi temàtica de contingut és identificar un esdeveniment, com a tendència, dins d'un ambient determinat i al llarg d'un cert temps. Un cop s'ha aconseguit això, cal veure els efectes futurs d'aquesta tendència.

### ANÀLISI DE DADES DE SEGON ORDRE

Un cop s'ha identificat una tendència, es fa servir l'anàlisi de dades de segon ordre per assegurar-se inferències precises pel que fa als efectes futurs d'una causa determinada. L'anàlisi de segon ordre aplica les dades que han obtingut altres investigadors, en camps diferents, per esbrinar un determinat problema, i això permet deslliurar-se completament dels propis criteris subjectius en l'estudi de certs fenòmens. Aquest és el mitjà d'alimentar un arxiu de dades. Els avantatges de disposar d'aquesta informació es tradueixen en un grau més alt de llibertat per controlar els fets i per valorar-los. L'investiga-

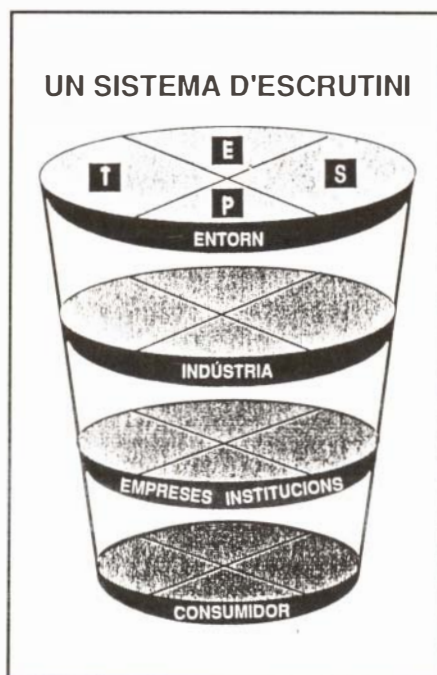


*L'entorn és l'escenari del canvi on actuen diferents tendències en els camps de la tècnica, de la política, de l'economia i de la societat en general.*

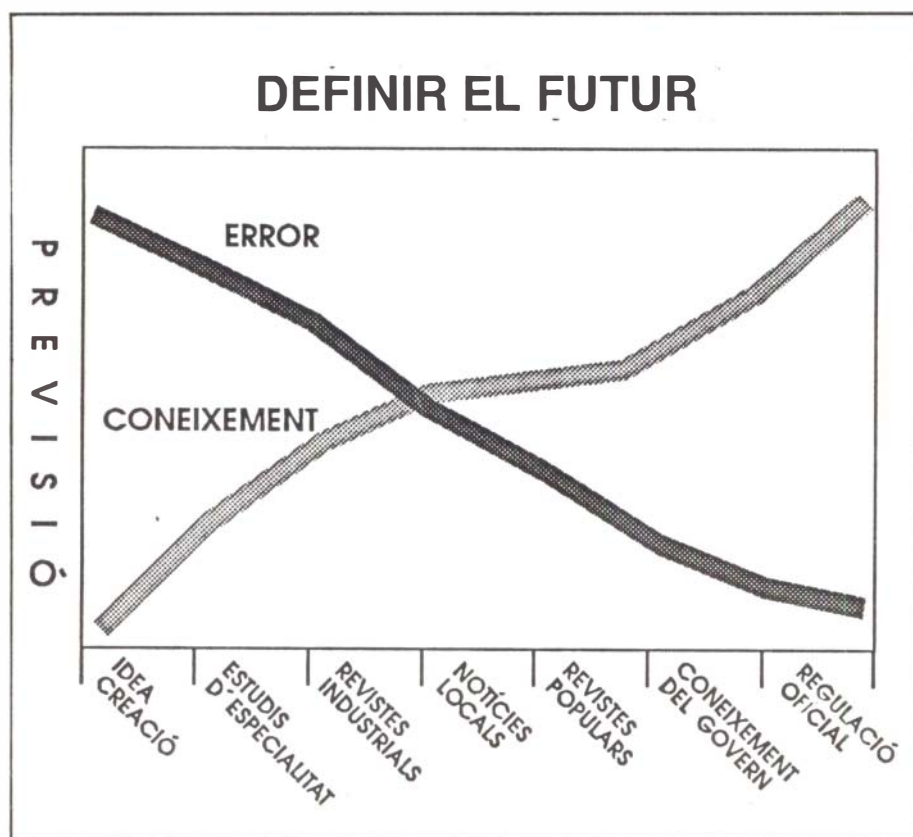
dor no intervé de cap manera en l'avaluació dels efectes que s'estudien.

### CAPTACIÓ DELS CANVIS SOCIALS I CONTROL DE FUTUR

L'anàlisi temàtica de contingut és una tècnica molt efectiva per avaluar els canvis socials, com també la direcció que aquests prenen. De fet, respon al model que ens ofereixen les notícies d'un diari. Un diari, en darrer terme, ens apareix com un sistema tancat. Per raons econòmiques, l'espai dedicat a notícies (*the news hole*) és manté gairebé constant al llarg del temps; el que canvia són les informacions. Quan s'introdueix una notícia, se n'ha d'elimina-



*Sistema d'escrutini. Cada nivell es compon de diferents factors que constitueixen l'entorn com a escenari on actuen els canvis de les noves tendències. Aquests factors són de tipus tècnic (T), econòmic (E), polític (P) o social (S) i es reflecteixen en diferents àrees de la indústria, de les empreses o de les organitzacions, fins a arribar als consumidors com a elements finals i alhora subjectes actius i passius del canvi.*



nar alguna altra que hagi perdut actualitat o importància. És per això que el diari se'ns presenta com un sistema tancat que exigeix una selecció inexcusable pel que fa al contingut de les informacions. Les exigències de selecció operen talment com un mecanisme de representació de les prioritats socials.

Els equips d'investigació del Naisbitt Group mesuren la importància dels assumptes assenyalats com a temes d'anàlisi, avaluant els canvis significatius que es produeixen en aquell espai *-the news hole-* que es dedica a les notícies en els mitjans de comunicació més diversos.

El Naisbitt Group pretén conèixer i, fins a cert punt, controlar el comportament social, gràcies a l'anàlisi de gran quantitat de material imprès. Això representa molt més que identificar un esdeveniment. Cal situar aquest esdeveniment dins d'un ampli context social. El propòsit constant d'aquest grup és detectar les tendències en el moment que emergeixen, molt abans que esdevinguin informació generalitzada i compartida per grans sectors de públic. També es considera la trajectòria d'un fenomen per entendre'n l'expansió i la declinació. Encara que el camp d'es-

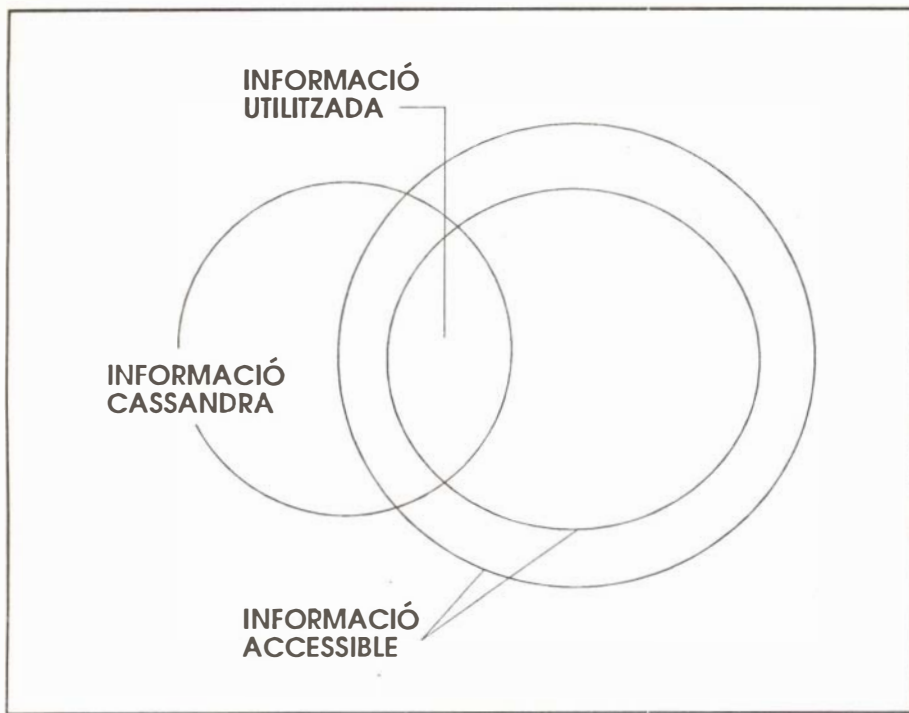
tudis principal del Naisbitt Group són els Estats Units, ofereix assessorament a tot arreu sobre qualsevol assumpte.

Les anàlisis de la premsa dels Estats Units que va portar a terme el Naisbitt Group van permetre detectar durant els anys seixanta una preocupació pels problemes de discriminació racial. A partir de 1969 van començar a aparèixer, amb relativa freqüència, notícies sobre temes de sexualitat, però sense que desapareguessin les de temes racials. Desde 1977, tots dos temes van comen-

çar a cedir posicions enfront de l'aparició de notícies relatives a la tercera edat, que van arribar a ocupar les dues terceres parts de l'espai informatiu. Quan el Congrés dels Estats Units va derogar la llei de jubilació obligatòria i va estendre el límit opcional dels 65 als 70 anys en el sector privat, l'interès dedicat a aquesta mena de temes va començar a declinar. Pel que fa als problemes ambientals, aquests van començar a guanyar terreny a partir del 1970, i l'any 1973 marca el predomini de la temàtica ecològica sobre l'assumpte dels drets civils. La proporció d'articles dedicats a qüestions educatives s'ha incrementat en un 14% durant els anys vuitanta, en relació a les notícies que van aparèixer sobre el mateix tema en la dècada anterior. En els darrers temps, dins d'aquest camp, s'accentua la diversitat d'aspectes que reclamen més atenció: problemes dels estudiants, capacitació dels qui ensenyen, privatització de l'ensenyament, projecció de futur, etc.

La metodologia de l'anàlisi de contingut es troba lliure de tota mena de parcialitat pel que fa a les notícies, perquè el que més importa és la quantificació dels fets en l'espai informatiu, com també la permanència al llarg del

**■ El Naisbitt Group pretén conèixer i, fins a cert punt, controlar el comportament social.**



La informació Cassandra és aquella que deriva d'una previsió resultant d'una activitat molt especialitzada. Cassandra és la figura de la mitologia grega que personifica la profecia. Representa una previsió que no sempre se segueix. El gràfic ens mostra com l'àrea de la informació accessible pot convertir-se en informació útil si s'aplica oportunament.



Caricatura que ens presenta l'home de negocis com a espia.



temps. El més important és detectar el tema o assumpte que "va guanyant espai". Tant l'anàlisi temàtica de contingut com l'anàlisi de dades de segon ordre han estat aplicades pel Naisbitt Group a

### ■ Els problemes ambientals van començar a guanyar terreny a partir de 1970.

la dinàmica de la decisió empresarial. És per això que ha diversificat els seus modes d'acció segons les necessitats dels seus clients, especialment els empresaris nord-americans.

#### "BUSINESS INTELLIGENCE"

El Naisbitt Group es presenta com un servei empresarial que aporta informació sobre el curs dels fenòmens socials

en la seva projecció futura. Gràcies al seu banc de dades, ofereix previsions que van des dels sis mesos als dos anys...; amb indicació de l'estat de la competència! D'aquesta manera ofereix el que anomena "control d'amenaques i contingències". Assegura que el fet de comprendre les condicions de l'ambient en què es mouen els negocis cada cop és més important, i que el fet de tenir informació específica sobre una sola indústria no garanteix un bon resultat, perquè s'han d'articular i relacionar les informacions dins d'un camp molt ampli de variables. *Business Intelligence* del Naisbitt Group és un sistema de detecció social i sembla respondre a una tendència molt antiga i arrelada en l'home: conèixer el futur, preveure'n les contingències. ■

#### Myrtha B. Casanova

és consellera delegada del Naisbitt Group a Espanya, programadora d'alts estudis empresarials a l'IESE i presidenta de l'Organització de les Dones Europees per al Desenvolupament de la Direcció (EWMD).

#### BIBLIOGRAFIA

Naisbitt, J.: *Megatendencias*. Fundación Cerien, 1984.

Naisbitt, J.: *Del año 1986 en adelante*. Folio, Barcelona, 1986.