

## **L'ampliació dels espais de comunicació. El paper dels mitjans creats per barcelonins recents**

Anna Clua. Universitat Oberta de Catalunya

Conferència d'obertura del debat "L'ampliació dels espais de comunicació. El paper dels mitjans creats per barcelonins recents". Projecte *Barcelona Connectada*. Museu d'Història de Barcelona. 26 de febrer de 2009

Parlar de comunicació implica, avui dia, parlar de fluxes d'informació. Segons Manuel Castells, una de les característiques de l'Era de la Informació és el fet que els espais deixen de ser concebuts únicament com a llocs físics. Els fluxes, els intercanvis d'informació, les transaccions econòmiques o les connexions culturals esdevenen, doncs, nous espais des d'on cal repensar la societat contemporània.

Què vol dir pensar la ciutat des dels nous espais de comunicació que hi tenen lloc actualment? Aquesta pot ser una bona pregunta per a iniciar el debat que se'ns ha proposat aquest vespre. L'objectiu de la meua intervenció no és cap altre que el d'oferir un marc de reflexió que permeti abordar la qüestió des d'una perspectiva crítica.

Dues són les idees que voldria deixar sobre la taula. La primera idea és, de fet, un concepte manllevat de Jesús Martín-Barbero. Segons Martín-Barbero, quan parlem de comunicació hem de fugir de les postures mediocèntriques. Això vol dir que no ens hem de limitar a parlar dels mitjans de comunicació en si mateixos, sinó que hem de parlar més aviat de mediacions. Així doncs, en lloc de centrar la mirada en els mitjans (ja siguin diaris, ràdios, canals de televisió o pàgines web) la dirigirem a les mediacions que es generen al voltant dels usos d'aquests mitjans. La segona idea que voldria desenvolupar aquí gira al voltant de la necessitat de reivindicar els espais de comunicació com a "espais públics", alhora físics i simbòlics. En parlar dels mitjans de

comunicació a la ciutat em referiré a aquests espais on totes les veus ciutadanes hi poden tenir un lloc i ser-hi representades.

La meua proposta consisteix, d'aquesta manera, a plantejar un escenari comunicatiu urbà on hi té lloc un complex de relacions (les mediacions) que són alhora creatives i conflictives. Així, no només parlarem aquí d'una ciutat connectada, sinó d'una ciutat on podem trobar-hi diàleg, però també molta incomunicació. Aquesta perspectiva ens servirà per analitzar els mitjans de comunicació en la seva dimensió cultural (com a bens simbòlics de consum), però sobretot per aprofundir en la seva dimensió política (en relació a dos drets fonamentals democràtics com són la igualtat d'accés a la informació i la lliure expressió).

## **MEDIACIONS**

Segons el teòric de la comunicació Jesús Martín-Barbero, les noves formes de sociabilitat urbana s'expressen a través dels canvis que es produeixen en les formes d'ocupar l'espai físic, així com en les formes de viure la identitat. La comunicació és el procés que permet la connexió entre totes dues coses. És a dir, la comunicació estableix una mediació entre la percepció de la ciutat com a experiència espacial i la constitució de les nostres identitats urbanes.

Només el fet de viure, treballar o simplement "estar" a la ciutat implica uns usos dels espais determinats. Aquests usos constitueixen experiències urbanes de molt diversa índole en funció de quina és la nostra relació amb la ciutat: en quin barri vivim?, on treballem?, com ens desplacem per anar als llocs?, hem nascut aquí o bé procedim d'un altre lloc i d'un altre context cultural totalment diferent?, on podem trobar orientació quan ens perdem a la ciutat?, per què estem aquí?

D'altra banda, existeixen un seguit d'experiències de la ciutat "menys tangibles". Aquestes experiències tenen molt a veure amb la manera com s'han configurat les nostres mentalitats urbanes. Les nostres actituds quan "estem" a la ciutat varien en funció dels valors culturals que portem incorporats a la nostra identitat. En quin racó de la ciutat ens sentim "a casa nostra"?, estem aquí només de pas?, quines són les

xarxes socials que solquen la nostra quotidianitat? establim vincles molt propers amb els demers?, formem part d'una comunitat?, o bé ens movem al "nostre aire"?

La comunicació permet precisament establir ponts entre aquest "estar" a la ciutat i el "sentir-se" part d'ella d'alguna manera. Anunciem la nostra presència només pel fet d'estar aquí i ser visibles als demers. Però una cosa és fer saber als demers que som aquí i l'altra és comunicar-nos.

Si partim del model teòric que s'ha fet servir tradicionalment per explicar el fenomen de la comunicació entendrem que per tal que el procés comunicatiu funcioni només fan falta quatre elements: l'emissor, el missatge, el canal, i el receptor. El que proposa Martín-Barbero mitjançant el concepte de "mediacions" és la necessitat de comprendre aquest procés comunicatiu dins d'un context més ampli i complex.

El que ens interessa aquí, doncs, no és parlar només dels mitjans de comunicació que són "de" i "per als" immigrants que viuen a Barcelona, sinó parlar de la manera com aquests mitjans de comunicació contribueixen (o no) a construir simbòlicament el paisatge urbà. Cal que ens preguntem de quina manera interactuen els mitjans de comunicació amb aquest paisatge i quina és la seva capacitat de transformar la nostra percepció de la ciutat i la nostra pròpia identitat (és a dir, quina és la seva capacitat de modificar la nostra "mentalitat urbana"... o, fins i tot, de canviar la pròpia ciutat).

Per què insisteixo tant en posar l'accent en les mediacions i no tant en els mitjans de comunicació? Doncs perquè els mitjans per si mateixos no són instruments suficients per donar lloc a la transformació urbana. Els *mass media* s'han d'analitzar dins d'un context. És així com els veurem formar part (o no) d'una indústria cultural i d'un sistema econòmic hegemònic.

Manuel Vázquez Montalbán, en el seu text "La palabra libre en la ciudad libre", ja va advertir que la percepció tecnocèntrica del fenomen comunicatiu només podia donar peu a un "reformisme conservador", així com a una idea paralitzadora de la integració social. Som conscients que els canvis històrics de les ciutats van lligats als canvis socioeconòmics. De fet, el fenomen de la immigració no es pot interpretar fora d'aquest marc. No obstant, poques vegades se'ns fa parar esment en el fet que la

veritable transformació ha de venir acompanyada, a més a més, d'un canvi en la consciència dels ciutadans. D'aquí la rellevància estratègica de la comunicació com a espai de participació i de creació d'opinió.

#### **ESPais DE COMUNICACIÓ I LA RECONFIGURACIÓ DE L'ESPai PÚBLIC DE LA CIUTAT**

Darrerament s'ha estés molt la teoria que vivim en una societat connectada, donat que la tecnologia ho permet tot. Molts són els estudis que han centrat la seva atenció en les tecnologies de la informació i de la comunicació i el seu poder de convertir-nos a tots en "ciutadans connectats". Aquesta perspectiva tecnocèntrica la trobem, de fet, en la majoria de les polítiques culturals que incorporen la comunicació en les seves estratègies d'integració social.

En un estudi sobre "antigues" ciutats industrials que vaig portar a terme fa uns anys a Gran Bretanya vaig poder analitzar els plans municipals de "regeneració urbana" que impulsaven la creació de ràdios comunitàries en barris "conflictius" (zones amb alts índex de delinqüència, perifèries de classe obrera en atur, guetos de les minories ètniques, etc.). Aquests plans no sempre anaven acompanyats d'unes polítiques concretes d'atenció a l'atur, de treball social aprofitant les xarxes ciutadanes existents en els barris, així com tampoc s'implementaven polítiques urbanes d'ordenació de l'espai urbà que evitéssin la formació de comunitats tancades. Ben al contrari, les intervencions urbanístiques semblaven més orientades cap a un tipus de regeneració que s'emmirallava en a la nova "ciutat del coneixement" i que comportava uns processos de gentrificació molt agressius.

En aquella ocasió em preguntava: " Estic davant d' una transformació urbana? La conclusió a la que vaig arribar va ser que certament, això era així pel que feia a la composició demogràfica de la ciutat, així com pel que feia al canvi de les formes d'ocupació de l'espai per part de les activitats econòmiques que prenen el relleu de les fàbriques en el nucli urbà. Físicament, la ciutat era també un camp en obres. No obstant, la tan promocionada "ciutat del coneixement" no comportava cap revolució social, ni cultural, ni res que s'hi assemblés. Els conflictes socials (sobretot els de classe

i racials) eren ben lluny de ser solucionats, per molts diaris electrònics, ràdios comunitàries, canals digitals de televisió o xarxes wi-fi que s'incorporéssin a l'espai urbà com a part d'una política de regeneració "integral de la ciutat".

El paper estratègic que juga la comunicació en la configuració del nou model de ciutat pot ser interpretat de dues maneres: o bé s'organitza com un espai públic d'accés i participació i (per tant) de creació i expressió d'opinió, o bé s'organitza com un sistema de tecnologies que permeten una producció de bens simbòlics dirigits a uns "mercats consumidors". Igual com passa amb les actuacions urbanístiques, el pes d'allò públic o d'allò privatitzant dependrà de l'orientació de les polítiques municipals.

Els mitjans de comunicació poden contribuir a recrear una ciutat oberta i plural, o bé a reproduir una societat fragmentada que racionalitza el consum com pràctica identitària tancada en una sola comunitat. Podem trobar exemples d'això a Barcelona en els diferents models de mitjans on els immigrants hi tenen representada la seva veu. Amb això no pretenc dir que uns mitjans siguin menys vàlids que els altres per a representar les diferents veus de la ciutat. Simplement voldria posar l'accent en el fet que els mitjans creats pels "barcelonins recents" no són aliens a l'hegemonia de la lògica de mercat que impera en la nostra societat.

Això ens porta a preguntar-nos per la regulació de l'espai urbà. El cert és que en aquest país i en aquesta ciutat som hereus d'una situació històrica molt concreta, que no ha ajudat a percebre els espais de comunicació com a espais públics. Així com ningú dubta de la conveniència mesurar la salut democràtica d'una ciutat en funció de la presència ciutadana en les reivindicacions sobre la planificació urbana, ningú pensa que els espais de comunicació siguin també motiu de mobilització. L'espai físic que constitueix l'eter (per exemple) no ha estat mai donat a conèixer a la ciutadania com l'espai públic que és legalment. Si mirem el mapa de les concessions que l'administració fa d'aquest espai, ens adonem que la major part de les llicències per emetre van a parar a mans d'iniciatives privades amb afany de lucre. Una altra part important d'aquest espai és reservat per a emissores públiques institucionals. Només una part residual de l'espectre és ocupat per iniciatives ciutadanes, la majoria sense llicència per emetre i, per tant, sense lleis que defensin el seu dret a existir.

A Barcelona partim, doncs, d'unes condicions favorables al desenvolupament d'un espai comunicatiu plural i democràtic?

## CONCLUSIÓ

El plantejament d'aquest "mapa" de la situació em serveix per proposar una última reflexió de cara al debat que segueix la meva intervenció. De tot el que he explicat fins ara, voldria destacar el reconeixement de la importància dels mitjans creats per les barcelonines i els barcelonins que han arribat a la ciutat des d'altres indrets del món. Això equival a dir que el paper d'aquests mitjans és cabdal per a la mediació de les noves identitats urbanes. No obstant, i tenint en compte que els mitjans de comunicació no diuen res per si sols, sinó que adquireixen significat en un context concret i sota unes condicions determinades, deixo en el aire la pregunta següent: En quina mesura es veu possible que aquests mitjans contribueixin a una veritable transformació de la ciutat? Els usos d'aquests mitjans, poden ajudar a generar noves esferes d'allò públic? O, dit en paraules de Martín-Barbero, poden ajudar a entreveure "noves maneres d'estar junts"?

## REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Castells, Manuel (1996) *The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I: The Rise of the Network Society*. Cambridge, Massachusetts: Blackwell

Martín-Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili

Martín-Barbero, Jesús (1998) "Pistas para entre-ver medios y mediaciones". Prefaci a la quinta edició de *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, pp. xi-xxii

Vázquez Montalbán, Manuel (2003) *La palabra libre en la ciudad libre*. Barcelona: Random House Mondadori [text original de 1979]