



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Montoro, Tania; Bulcão, Armando; Longhi, Ludovico
El hormiguero con parabólica - Un estudio de las transformaciones sociomediáticas
Revista Latina de Comunicación Social, vol. 3, núm. 25, enero, 2000, p. 0
Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81932509>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El hormiguero con parabólica

Un estudio de las transformaciones sociomediáticas

Lic. Tania Montoro ©

Universidade de Brasilia

Lic. Armando Bulcão ©

Universidade de Brasilia

Lic. Ludovico Longhi

Universitat Autònoma de Barcelona

1. VIAJE EN LOS MERCADOS DE LA CIUDAD...

¿Que es una viaje? En primer lugar, un desplazamiento en el espacio. El pasaje por algún sitio. Su duración depende siempre de la llegada. El viajero (investigador) es alguien que se encuentra suspenso entre dos referencias, que balizan el recorrido. Viaja entre conocido y desconocido, viejo y nuevo. Un atajo en el tiempo, desde el mundo anterior hacia el nuevo mundo. Un atajo de las metáforas de la separación. El viajero, es ante todo, un extranjero, un intruso, un observador marginal, pero atento...

Según Simmel, el viajero es aquel que se aleja de su propio mundo y penetra en el territorio ajeno, expresando su condición de los varios pueblos (cfr Simmel G.,1983: 92)

Cada viaje es un salto espacio-temporal en un lugar definido. El viajero, como observador participante, tiene la función de ponerlos separados, por la lógica del espacio, por la distancia y, por los diferentes hábitos que encuentra. En su recorrido pone en contexto el desplazamiento y descubrimiento, en la aventura de partir, penetrar, sumergirse, reflexionar y volver.

Ortiz afirma que el esfuerzo analítico del observador está en su capacidad de producir sentidos a partir desde la realidad que se vive en el proceso de comunicación. El observador, también, debe dirigirse hacia "la comprensión de los objetos, que connotan esta realidad. Los utensilios, máquinas, arquitectura, adornos, son manifestaciones de verdades que expresan su propia cotidianidad, expresan su propia cultura."

Conscientes de los propósitos que rigen nuestra investigación y antes de adentrarnos en el cotidiano ajeno, buscamos informarnos sobre las informaciones publicitarias, etc.

2. METRO DE BARCELONA, ESTACIÓN ENCANTS, LÍNEA 2, LILÁS

Atentos, curiosos y aventureros, hacemos el trayecto. Nos adentramos en las diferentes dimensiones de la ciudad de Barcelona. La línea 2 del metro, que en la programación visual de la red de transporte metropolitano, se tiñe de lila. Color simbólicamente femenino. Veintisiete años de gestación. Alcanzamos a la séptima estación: Encants.

La línea 2, o línea lila, rompe la monotonía de los transportes públicos de la ciudad, con su estructura futurística. Todas sus estaciones, desde la Sagrada Familia, disponen de ascensores para los minusválidos y de guías para ciegos. "La diferente decoración y los elementos de la línea 2, con la monotonía del recorrido y darán personalidad propia a cada parada" (El Periódico, 20 /10/1996).

(Destino, 28/3/42)

En nuestro recorrido por el mercado de los Encants adoptamos como paradigma teórico la etnometodología, cuyas líneas de fundamentan los trabajos desarrollados en el campo de la sociología interpretativa. Esta disciplina se inspira en la obra del fi que se dedicó al estudio de las bases del conocimiento en la vida cotidiana. Mattelard, en el ámbito de las ciencias de la com del cotidiano caracterizándolo como un campo privilegiado de la investigación que invita a la sociología a introducirse en el m histórico y socio - cultural, en el cual prevalecen las representaciones mentales del sentido común. (cfr. MATTELART, A, 199

La etnometodología ha tomado de Schutz el concepto de "existencias de conocimientos". El mundo social se interpreta, así, de sentido común, que constituyen los recursos que permiten a los actores sociales lograr una comprensión intersubjetiva pa

La observación participante se presenta como el método más preciso para obtener y tornar substantivo el conocimiento. En la etnometodología ha sido utilizada en la Escuela de Chicago por el canadiense Erving Goffman, ampliando sus investigaci conversación, etnografía de la palabra, comunicación no verbal y posteriormente, en los años ochenta en Francia, con los es telefónica, la reunión en videoconferencia y la interacción visiofónica.

A lo largo de su trayectoria, la etnometodología ha desarrollado la teoría de los actos de habla, rehabilitando como actor del del juego estructural de los signos. Habermas, por ejemplo, ha observado las redes de interacción en una sociedad hecha d individualizado la crisis de la democracia en el mal funcionamiento de los dispositivos sociales. Estos deberían facilitar los in comunicativa, pero independizándose, se administran como abstracciones reales y hacen circular una información que pone en ultima instancia, dificultan las actividades interpretativas de los individuos y de los grupos sociales (HABERMAS, J, 1995:

Sin embargo, en la comunicación, las disciplinas que mejor uso hacen de las herramientas proporcionadas por la etnometod referencia, en particular, a los estudios de la audiencia, donde se evidencia la importancia de los medios de comunicación en distintas posibilidades de lectura de un mismo producto cultural. Dichas investigaciones subrayan las formas narrativas de lo poder entre los sexos y las etnias, contemplando las profundas y significativas interacciones entre texto, contexto y público.

Para Geertz, el análisis de la cultura y de los sistemas simbólicos no es una ciencia experimental en busca de leyes, sino un significaciones. Por lo tanto "... hay que aceptar la condición intrínsecamente fragmentaria e incompleta del análisis cultural" etnometodología intenta superar las dicotomías entre la estructura y la práctica, entre el individuo y totalidad social. "Decir es influenciar otras personas, otras relaciones y hace surgir otro tipo de comunicabilidad.

4. LA FIRA DEL BELLCAIRE - ENCANTS VELLS

"Los buenos negocios todavía son posibles en los Encants, porque una complicidad tácita actúa como factor moderador de e desarrolla aisladamente en ellos".

("Cosas de la Vida", El Periódico, 25/04/95)

Hemos decidido investigar los mercados de la ciudad de Barcelona, sea por la fobia que compartimos a los centros comercia sea por la expresión viva del movimiento de las transformaciones sociomediáticas que intentamos captar, ya que, in situ han procesos económicos y por supuesto sociales y comunicativos. Como investigadores de la comunicación y de la cultura, nos leyendas, marcadas en la variedad de mercancía que sintetizan las transformaciones sociales y tecnológicas y señalan la ev próximo y con el ambiente que lo rodea.

Libros con dedicatorias, discos en versiones desconocidas, trocitos de circuito integrado, teléfonos con y sin tarjeta, radios re televisores de blanco y negro, máquinas desconocidas por los mismos vendedores. Al lado de la bombardeante campaña in de la U.E., coexiste todo un mercado inmenso de monedas antiguas, españolas, alemanas, holandesas, francesas, inglesas valor de descambio, sino como pieza numismática, como objeto siempre más raro, año tras año. Hasta hoy, en los Encants, milagrosa que puede a la vez cambiar una colección y una vida. ¿Quién juega más entre el operador de bolsa y el coleccion muchos años para satisfacer sus sueños y encantar los soñadores?

Los Encants, conocido también con el nombre de la Fira del Belcaire, es el mercado más pintoresco y frecuentado de Barce de las pulgas de París o del rastro de Madrid y tiene lugar en la periferia de la ciudad en una zona urbanizada a principios de Su posición marginal subraya una función ambivalente: la diferencia con otros lugares de intercambio, el no adaptarse a la tr autorrepresentación de su condición marginal a través de la estética del rito. (cfr. Archivo histórico de la ciudad, 1990: 146)

País -01/06/98). Los Encants penetra en el imaginario social, suscita metáforas sociales y políticas que sintetizan las pluri-sigla característica de que allí se vende de todo y muy barato.

Cuando alguien demuestra poco aprecio por su vida y se pone voluntariamente en el riesgo de perderla, se suele decir "té la a darla por cualquier cosa o por cualquier precio. Los media, apropiándose una vez más de lo imaginario, anuncian la transn Rastrillo un "telemercadillo de compra y venta", presentados por Agustín Bravo y Paula Vázquez.

Se trata de un género novedoso, en el que del niño a la abuelita van a tener algo con lo que entretenerse esta noche... un pr de Els Encants, en espacio audiovisual. ("Televisión y radio", El País, 01/10/96).

En la esfera política, el líder de Ciu acusa al PP de ser sectario y a los socialistas de estar buscando trabajo, afirmando que movimientos de Eta "acabará en los Encantes". ("La campaña", El Periódico 22/02/96). Alicia Tomás, volviendo al teatro con alegría, el monólogo "La madre pasota" y indica la última novedad, la última moda de la cultura, seleccionando su figurín en para la función, comenta mientras luce un montón de collares y una falda negra y floreada que encontró en los Encantes. ("C con Darío Fo", El Periódico, 02/05/1996)

5. EL ENCANTS NOUS

Con la nueva distribución del espacio urbano, en 1994, apareció el centre comercial Encants Nous, a dos calles de distancia construyó sobre el antiguo campo de fútbol del Sidral. Numerosos chamarileros se instalaron por allí, alquilando unas parcelas y organizaron en la cooperativa, formando así lo que se llamará de ahora en adelante, por analogía, los Encants Nous.

Con la agitación de la guerra civil, la cooperativa momentáneamente desaparece, volviendo a aparecer más tarde en un con 50, a pesar de las cláusulas restrictivas del contrato de alquiler, una sociedad anónima compra el terreno para construir divers comerciantes a la sociedad anónima se solucionará solo veinte años después; las plantas bajas de los nuevos edificios acog y después en años más recientes, compradas por los chamarileros y vendedores. La especulación inmobiliaria obtuvo lucro. Los chamarileros que al comprar las tiendas contrajeron una hipoteca, no la consiguieron amortizar con sus negocios. Uno de los híbrida entre los Encants Vells y el centre comercial de Gloríes, un imponente y moderno shopping center.

Sin embargo, con un poco de paciencia, tarde o temprano, todas las mercancías se podrán encontrar, y de hecho se encuentran cuestión de tiempo, ya que los objetos parecen tener una vida más larga que sus circunstanciales y accidentales propietarios.

"La miseria y la muerte del nuevo no detiene el intercambio, sino que le confiere a los Encantes Viejos una extraña y noble m desperdicios de los muertos y al pobre de la indigencia del más pobre que es". (Destino 28/03/42).

La Fira de Bellcaire - Encants Vells, además de proporcionar unos valores de uso y de cambio siempre fluctuantes en los me no se limita a vender y comprar, sino a ubicar la cultura del cotidiano y de los cuentos en la historia.

6. CONSIDERACIONES FINALES

En la elección del Encants como objeto de la investigación, nos basamos en el hecho de que el mercado de las pulgas refleja formas múltiples de coexistencia social del analógico y digital. En los Encants se realiza la compra y venta de mercancías ob la velocidad de las transformaciones tecnológicas en curso, enmarcadas por la hibridez del movimiento de producción, cons

En esto sentido, el registro por imágenes fotográficas de dichos objetos-síntesis se ha revelado como estrategia metodológica transformaciones. Ha sido posible también visualizar y concretar la necesidad indispensable de establecer una mejor distinción "analógico", "nuevo" y "digital", habitualmente asociados, constatando que la convivencia es el rasgo predominante de las re Además, lo que este estudio nos informa de modo muy claro es que a pesar de la velocidad vertiginosa de las transformacio social la transición del "nuevo" hacia el "obsoleto" sigue un ritmo muy distinto, guiado por otros parámetros que no son solam

Además, el estudio etnometodológico y participativo de las rutinas diarias de la realidad cotidiana nos permite vislumbrar av campo de las ciencias de la comunicación y de la cultura. Explorando las múltiples posibilidades de un sistema de significaci históricas, contextuales y culturales del mercado de los Encants Vell en contraste con los Encants Nous, constatamos que e cotidianamente objetos y proyecciones de estas connivencias, mediadas por una compleja red de consumo simbólico, en la metáfora socialmente utilizada.

Imágenes fotográficas complementarias al texto:

Montoro, Tania, 2000: El hormiguero con parabólica ...



Montoro, Tania, 2000: El hormiguero con parabólica ...



Montoro, Tania, 2000: El hormiguero con parabólica ...

Montoro, Tania, 2000: El hormiguero con parabólica ...