

Els procés d'urbanització i els mitjans de comunicació

Josep M. Martí i Martí

El procés d'urbanització del món rural ultra les transformacions socials, econòmiques i ecològiques, suposa un canvi cultural. Si creiem com Lotman que la comunicació constitueix l'eix central d'una cultura, la urbanització suposa transformar de soca-rel tant el contingut dels discursos ideològics que es produeixen en el si d'una formació social determinada com dels canals per on aquests es vehiculen.

De bell antuvi el món rural oferia una praxi comunicativa fonamentada bàsicament en circuits orals, d'auditoris reduïts i poc permeables a la introducció de nous elements en els diferents codis dominants: morals, religiosos, cinètics, arquitectònics, etc... A les poblacions petites en què s'integren formacions socials també reduïdes, la comunicació es donava en microgrups i de forma oral; pensem sense anar més lluny en la xerrada a la plaça del poble, les converses de les dones fent la bugada als rentadors públics, en l'església amb motiu de la pràctica religiosa dominical, les noves que es donen fent cua a comprar o bé esperant l'entrada de les olives a la cooperativa, etc...

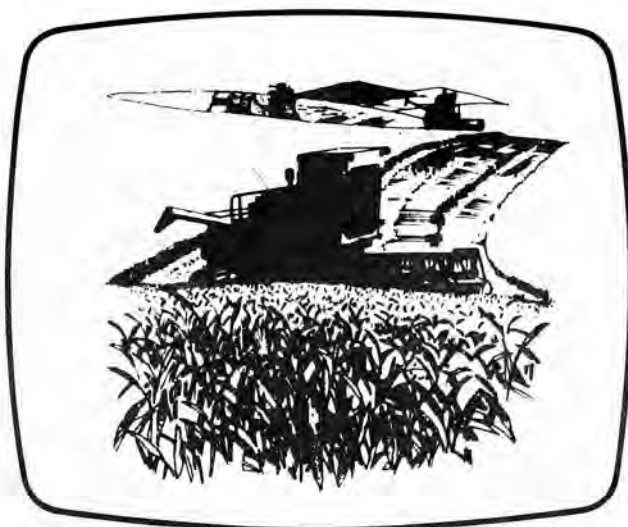
Per inversenblants que puguin aparèixer aquests circuits comunicatius han estat fins a l'entrada del procés d'urbanització, els canals bàsics per on han circulat les notícies, idees, consignes i en general tot el discurs ideològic que ha estat capaç de segregar la ruralia.

A partir de la revolució industrial començaren a introduir-se canvis substancials en l'equilibri poblacional; el món rural acollia tot un seguit de transformacions arquitectòniques, recolzat en un procés tecnològic marcat per la pròpia lògica interna del desenvolupament industrial; la circulació de les mercaderies que es produïen

exigia el naixement d'una xarxa de comunicacions adient; per aquesta xarxa circularen també les notícies, els diaris i altres mitjans escrits. El telègraf, el telèfon i més tard la radiodifusió i la televisió marcaren un nou tombant en l'establiment d'una xarxa de circulació d'informacions i notícies que acosta al poble més petit els esdeveniments dels indrets més allunyats del món.

Abans que per les transformacions urbanístiques i els processos migratoris, el món urbà penetrà en el rural pels mitjans de comunicació massiva; premsa, ràdio i més tard la televisió seran els canals pels quals començaren a introduir-se els nous elements pertanyents als codis continguts en allò que anomenem discurs urbà. Evidentment tot això es realitzà en un llarg procés d'anys que va tenir el seu punt àlgid fonamentalment amb el "boom" de la ràdio a partir del transistor i amb l'establiment de la xarxa televisiva que va permetre a aquest mitjà d'arribar als indrets més llunyans del país.

Una de les premisses de la comunicació dominant és la de ser present arreu; en l'actualitat, els mitjans massius es fan omnipresents al món rural i la nostra comarca —no cal dir— no n'és una excepció. Els "media" han aclaparat els antics circuits comunicatius orals i han forçat una tendència individualitzadora, aïllant, alienant... Les converses i discussions al carrer, al cafè i a altres indrets, estan desapareixent perillósament de la praxi social dels habitants de la ruralia. El televisor ha substituït als menjadors de les llars el quadre a relleu del Sant Sopar, obligat en altre temps; el transistor acompanya l'esmorçar en el cistell del pagès; les cantúries de les plegadores d'avellanes donen pas a l'audició silenciosa del transistor penjat a la soca de



l'arbre, les dones ja no fan la bugada als rentadors públics, els homes abandonen la plaça a l'hora del telediari; el mossèn ja no comenta les qualificacions morals de les pel·lícules ni la perillositat d'anar al ball de l'orquestra que ve de fora: si ho fes no tindria temps de dir la missa, els seus feligresos reben diàriament una pluja de missatges que no pot controlar.

Ara per anar a cercar les notícies no cal fer mercat els dilluns a Reus, ni esperar els estiuejants de Barcelona per conèixer la darrera moda del vestir. El cotxe mena els vilatans a tots els indrets i quan convé els preus es fan a mitja setmana, per telèfon o bo i dinant... En una paraula, els circuits comunicatius dominants en el món rural, allò que els donava personalitat pròpia i els identificava enfront d'altres formacions socials específiques com les de tipus urbà, ha desaparegut. Els habitants de Riudoms i els de Santa Coloma de Gramanet estan en condicions d'emprar el mateix codi; uns i altres estan sotmesos al mateix procés de pluja constant, abassegadora, d'imatges, paraules i senyals.

L'especificitat del món rural és una fal·làcia consumista destinada a fer caure els incauts ciutadans que surten els caps de setmana o de vacances, disposat a menjar "de pagès" com ells diuen, a respirar l'aire pur del camp, a retrobar-se en un ambient social idealitzat, no penetrat encara pels codis de la modernitat. El que ells ignoren o fingeixen ignorar és que el pa de pagès ja es fa amb additius, que els fums de les indústries arriben a les viles del Baix Camp i que els habitants del poble viuen tan pendents com

ells del Maradona o del darrer capítol de Dinastia.

Allò que coneixem com a ruralitat té significació pròpia avui en funció que dona sentit al seu contrari, la urbanitat. La comunicació dominant ens agermana, visquem allà on visquem i ens converteix en elements d'una audiència anònima dels mitjans massius per on penetra el discurs ideològic segregat per les classes dominants.

Si la lluita contra la degradació rural a què sotmet el procés d'urbanització passa potser al Baix Camp per una defensa de l'aigua, per un control de les construccions il·legals, per una millora agrícola, etc... la lluita per la identitat dels grups socials rurals passa per la defensa de canals de comunicació propis on emissor i receptor puguin arribar a ser la mateixa persona. Es tracta, en una paraula, de reforçar una praxi comunicativa pròpia que té moltes possibilitats d'expressió, des de la recuperació dels circuits orals, retornant valor a la discussió i a la conversa, a la creació de mitjans propis a partir de l'aprofitament de l'avenç tecnològic: revistes d'offset o bé de fotocòpies, ràdios locals, vídeo comunitari, etc... En una paraula, cal recuperar els orígens de les pràctiques comunicatives pròpies i fer un ús alternatiu dels mitjans convencionals, un ús que faci sortir de l'anonimat les audiències passives i les converteixi en eines de transformació de la realitat social.