

RECUPERANDO ESPACIOS PARA LA CONVIVENCIALIDAD

Mario Viché González
Profesor Asociado de la Universidad de Valencia
Editor de la revista quadernsanimacio.net



RESUMEN

La animación sociocultural se ha desarrollado durante todo el siglo XX a partir de los postulados funcionalistas propios de la modernidad. Así calles y plazas, ateneos, casinos, centros socioculturales, clubs de tiempo libre, casas de cultura, entre otros equipamientos, se han institucionalizados como espacios propios para la acción sociocultural.

El siglo XXI nos ha aportado un nuevo paradigma social. La sociedad digitalizada ha descontextualizado estos espacios desde unos dinámicas de deslocalización y asincronía. Muchos de estos espacios han devenido “no lugares”, espacios de paso y consumo, carentes de identidad y necesitados de redefinir a partir de nuevos significados identitarios. Por su parte la convivencialidad, término propuesto por Ivan Illich en 1978, nos invita a una humanización del uso y funciones aplicadas a las tecnologías digitales para la acción social y la ciudadanía.

El presente trabajo plantea como la animación sociocultural, en el marco de una cultura libre, se adapta a los criterios de una sociedad tecnologizada y asume el reto de redefinir espacios y equipamientos para reconvertirlos en lugares propios para la convivencialidad dotándolos, de esta manera, de nuevos significados e identidades multiculturales.

PALABRAS CLAVE

espacios y lugares, digitalización, convivencialidad, acción sociocultural

RÉSUMÉ

L'animation socio-culturel a évolué tout au long du XXe siècle, de ses propres postulats de la modernité fonctionnaliste. Ainsi, les rues et les places, les centres culturels, les casinos, les centres socio-culturels, les clubs de loisirs, centres culturels, entre autres installations ont été institutionnalisés comme des espaces propres pour l'action socio-culturel.

Le XXIème siècle nous a apporté un nouveau paradigme social. la société a digitalisée décontextualisé ces espaces d'une dynamique de no localisation et asynchronisme. Un grand nombre de ces espaces sont devenus des « non-lieux », en passant des espaces et le manque d'identité et la nécessité de redéfinir une nouvelle signification de l'identité de la consommation. Pendant ce temps, la convivialité, proposé par terme Ivan Illich en 1978 nous invite à une humanisation de l'utilisation et les fonctions appliquées aux technologies numériques pour l'action sociale et de la citoyenneté.

Ce document pose que l'animation sociocultural, dans le cadre d'une culture libre, elle répond aux critères d'une société technologique et relève le défi de redéfinir les espaces et les installations pour reconverter propres lieux de convivialité en leur fournissant, de cette manière, de nouvelles significations et les identités multiculturelles.

MOTS-CLÉS

espaces et lieux, digitalisation, convivialité, l'action socio-culturelle

Introducción

La animación sociocultural como acción comunitaria de solidaridad y transformación se ha consolidado a través de la gestión de espacios de comunicación y convivencia entre las personas que constituyen una comunidad local. En este sentido han sido los espacios físicos para el encuentro, la comunicación y el disfrute del ocio los lugares desde los que se ha desarrollado tradicionalmente la acción sociocultural.

De esta manera han sido las calles y plazas de pueblos y ciudades, los parques y jardines, los locales de las asociaciones y los centros de ocio, cultura , las casas de la juventud o los centros sociales comunitarios los espacios privilegiados que, en tiempos de modernidad, han utilizado los diferentes agentes socioculturales dándoles sentido e identidad como lugares para la creación, la interacción, el debate social, el disfrute del ocio y la creación de un tejido social solidario dotado de espacios de historia e identidad colectiva.

Posteriormente la sociedad posmoderna, con su ansia de desarrollo desmedido, con la aceleración de tiempos y ritmos personales de trabajo, desplazamiento, ocio y relación, con la ocupación de la calle por el automóvil y con la generalización de las tecnologías de la comunicación digital, ha contribuido a modificar las coordenadas espacio temporales que afectan directamente a los procesos y las prácticas de la acción sociocultural. Los tradicionales espacios para la acción sociocultural pierden o ven modificada su función social, pierden su identidad colectiva y se transforman en espacios de paso, impersonales, funcionales y carentes de identidad. Son los denominados por el sociólogo Marc Augé (2008) como “No lugares”. Plazas, cafeterías y lugares de encuentro tradicional se convierten en espacios para las relaciones superficiales, estadios, macrofiestas, conciertos o espectáculos de masas devienen concentraciones humanas carentes de comunicación e interactividad. Líneas de metro, aeropuertos y centros comerciales son utilizados como lugares de paso carentes de identidad colectiva.

Junto a este hecho otros factores, propios del neoliberalismo, están condicionando la pérdida de identidad y funcionalidad de los tradicionales espacios para el encuentro y la comunicación en el seno de las comunidades humanas. Un funcionalismo exacerbado que pone el valor en la rentabilidad económica de todas nuestras actuaciones, una ruptura de las coordenadas espacio temporales provocada por la dispersión laboral, el excesivo tiempo dedicado al transporte tanto para nuestras actividades laborales como para el disfrute del ocio así como la generalización del ciberespacio como lugar descontextualizado para el intercambio y la comunicación son algunos de los factores que contribuyen a esta desafección social.

Por otra parte la aceleración de ritmos y una mercantilización del tiempo concebido como económicamente rentable contribuye a primar espacios y tiempos para el consumo, el transporte y vanalidad sobre lugares y momentos para la comunicación, el intercambio, el análisis crítico y la autonomía individual. Al mismo tiempo el acelerado desarrollo de las tecnologías digitales ha

puesto el acento a la robotización total de todas las actividades humanas, incluidas el trabajo servil, la salud y la vida de relación.

La sociedad posmoderna parece haber puesto el énfasis en liberar a la humanidad no solo de los trabajos más pesados e insatisfactorios sino que también se ha puesto como objetivo sustituir funciones como el pensamiento, la toma de decisión e incluso las emociones humanas por la acción precisa e infalible de las máquinas digitales. El ser humano convertido en un ciborg corre el peligro de despreciar acciones tan humanas como en análisis crítico, la interactividad o la toma de decisión, acciones propias de la democracia social, la autonomía y la organización solidaria de la vida en comunidad. Junto al peligro de pérdida de identidad y funcionalidad de espacios privilegiados para el encuentro, la comunicación, la autoría colectiva y la toma de decisión colaborativa se vislumbra un peligro mucho mayor, el de los totalitarismos y la manipulación de los seres humanos por sus propios congéneres.

1. De los “no lugares” a los espacios que recuperan su identidad. Los planteamientos de Marc Augé.

Augé (2008) analiza los espacios propios de la sociedad que denomina como “*sobremodernidad*” definiéndolos como “*no lugares*”. Para este autor los no lugares se definen como espacios para la circulación, son lugares carentes de una identidad histórica y territorial que les identifique en el imaginario colectivo: “*Los no lugares son tanto las instalaciones necesarias para la circulación acelerada de personas y bienes como los medios de transporte mismos o los grandes centros comerciales, o también los campos de tránsito prolongado donde se estacionan los refugiados del planeta.*” (Augé, 2008: 41)

Para Augé, la concepción del no lugar designa dos realidades diferentes que hacen referencia no solamente a los espacios sino también a las relaciones puntuales, efímeras y contractuales que los individuos establecen con esos “no lugares”. En este sentido afirma: “*Se ve claramente que por no lugar designamos dos realidades complementarias pero distintas: los espacios constituidos con relación a ciertos fines (transporte, comercio, ocio), y la relación que los individuos mantienen con esos espacios.*” (Augé, 2008: 98)

Apunta Augé cómo “*los no lugares mediatizan todo un conjunto de relaciones consigo mismo*”, al mismo tiempo que crean “*la contractualidad solitaria*”. (Augé, 2008: 98). Los no lugares se

convierten en espacios útiles y necesarios para los individuos, quienes los utilizan de forma pragmática al tiempo que, desde el anonimato, establecen relaciones, en principio solitarias e interesadas; pero, al mismo tiempo, al establecer relaciones contractuales, crean vínculos efímeros pero sólidos mientras se convierten en usuarios de esos no lugares.

No obstante, al presentar los no lugares como los espacios de la sobremodernidad, Augé (2008) incide en que la separación entre “el lugar” y el “no lugar” no supone una brecha radical y dicotómica, más bien se trata de una frontera transitable que a través de la interactividad, la acción dialógica y la toma de conciencia colectiva, las comunidades pueden atravesar. En este aspecto el autor afirma: *“El lugar y el no lugar son más bien polaridades falsas: el primero no queda nunca completamente borrado y el segundo no se cumple nunca totalmente: son palimpsestos donde se reinscribe sin cesar el juego intrincado de la identidad y la relación.”* (Augé, 2008: 84)

Augé insiste en que: *“los espacios, los lugares y los no lugares se entrelazan, se interpenetran”*. Por otra parte, como parece lógico: *“El retorno al lugar es el recurso de aquel que frecuenta los no lugares.”* (2008: 110). El retorno al lugar es el retorno a la identidad y a la cohesión solidaria, al espacio simbolizado, a la recuperación de un lugar físico que se convierte en significativo para los individuos y las comunidades que lo comparten.

Los lugares tienen como rasgos comunes la identidad compartida, el establecimiento de relaciones solidarias y la creación de una historia colectiva. El lugar es un espacio de representación a través del cual mujeres y hombres comparten imaginarios colectivos y dan significado a vivencias comunes. El lugar en cuanto sistema de representación *“permite dar forma a las categorías de la identidad y de la alteridad”*. (Augé, 2008: 44) Se constituyen, de esta manera, como espacios de *“reconocimiento más que de conocimiento”*. (Augé, 2008: 39)

Si la pérdida de identidad de espacios que tradicionalmente habían sido espacios de significación y vivencia colectiva, lugares para el encuentro, el intercambio y el disfrute del ocio, ha sido una constante en una sociedad posmoderna colonizada por los automóviles y los servicios públicos del mercado global, la recuperación de estos espacios para el diálogo, la alteridad, la cultura y la convivencia ciudadana es uno de los retos de la acción sociocultural en el siglo XXI. Desde los nuevos parámetros espacio temporales de la sociedad digital, los modelos de una comunicación deslocalizada y una convivencia ciudadana que se construye desde la alteridad, la inteligencia emocional, la autonomía y la autogestión, las comunidades humanas ponen el énfasis en la

recuperación de estos espacios para la gestión ciudadana, la cultura libre, las libertades individuales y una comunicación multicultural transmedia. Centros sociales autogestionados, plazas y calles recuperadas para la circulación lenta y peatonal, parques específicamente dotados para la comunicación y la alteridad se convierten en lugares y factores para la recuperación de “no lugares” que son convertidos en espacios reciclados para la significación, la interactividad y la identidad múltiple y comunitaria.

2. La Convivencialidad. Humanizando las herramientas tecnológicas . Las tesis de Ivan Illich

Ivan Illich (1978) plantea la relación del ser humano con su entorno tecnológico como un dilema humanista. Ante una sociedad tecnologizada nos recuerda que el objetivo de toda tecnología es facilitar la vida de relación y humanizar las relaciones de convivencia. Al analizar los resultados y consecuencias de la sociedad industrializada Illich plantea:

“La solución de la crisis exige una conversión radical: solamente echando abajo la sólida estructura que regula la relación del hombre con la herramienta, podremos darnos unas herramientas justas. La herramienta justa responde a tres exigencias: es generadora de eficiencia sin degradar la autonomía personal; no suscita ni esclavos ni amos; expande el radio de acción personal. El hombre necesita de una herramienta con la cual trabajar, y no de instrumentos que trabajen en su lugar. Necesita de una tecnología que saque el mejor partido de la energía y de la imaginación personales, no de una tecnología que le avasalle y le programe.”

En consecuencia con su análisis Illich formula su teoría de la sociedad convivencial al afirmar que *“Una sociedad convivencial es la que ofrece al hombre la posibilidad de ejercer la acción más autónoma y más creativa, con ayuda de las herramientas menos controlables por los otros.”*

Illich se nos presenta como un precursor del humanismo en el análisis de los usos y abusos de las herramientas y espacios digitales en la sociedad de la comunicación del siglo XXI. En una sociedad global marcada por un uso masivo de las tecnologías digitales, por el control social que ejercen las multinacionales de la comunicación a través del Big Data, por una cultura transmedia y el ciberespacio como lugar privilegiado para la creación y gestión de redes de ciudadanía, mujeres y

hombres se encuentran en una situación límite en la que el desarrollo del concepto y la práctica ciborg suponen un riesgo evidente de pérdida de libertad y capacidad crítica.

Una respuesta convivencial que ponga el acento en la capacidad de análisis y toma de decisión del ser humano ante la máquina, la posibilidad de una toma de decisión crítica y consciente acerca de los usos y funciones de las tecnologías, la capacidad de control de códigos y herramientas y una cultura libre y autogestionada son algunas de las dinámicas convivenciales de la acción sociocultural en un contexto digital altamente tecnologizado.

La recuperación de espacios tecnológicamente dotados para facilitar el trabajo de mujeres y hombres, para el bienestar individual y colectivo y para la convivencia solidaria y sostenible, el uso y disfrute del tiempo libre y para la creación y la expresión cultural es el objetivo de la acción sociocultural en cuanto dinámica de consolidación de un tejido social inclusivo en el que los ciudadanos asuman el protagonismo de su gestión, la libertad de expresión y comunicación y el control en la planificación y el uso de unas tecnologías digitales puestas al servicio de una humanización de los mecanismos y dinámicas de producción, aculturación, convivencia y sostenibilidad de las comunidades humanas. Es en este sentido que la convivencialidad se convierte no solo en el principio de relación del ser humano con la tecnología sino también el principio que rige las prácticas de la comunicación, la autogestión, la toma de decisión y la organización de unas comunidades humanas libres y sostenibles.

3. Una cultura libre para personas libres. Lawrence Lessig

La cultura libre es una aspiración de todo ser humano que, en el presente siglo, ha sido popularizado por Lessig (2005) así como por la Fundación por un Software Libre patrocinada por Richard Stallman. La libertad de todo ser humano de acceso a la producción cultural, el derecho a un acceso libre y un uso colaborativo de bienes y productos culturales así como la libertad de uso y recreación del patrimonio cultural colectivo son los principios básicos que inspiran el movimiento por una cultura libre. En el fondo la cultura libre supone el reconocimiento del derecho inalienable de todo ser humano de participar de la vida cultural.

La cultura libre es una cultura de carácter digital, una cultura inmaterial en la que la creación prima sobre la producción, la comunicación sobre el consumo y el intercambio y la participación sobre los

parámetros del mercado. La cultura libre es una cultura que se comparte en red, se vivencia en comunidad y se expresa colaborativamente.

La cultura libre es una cultura de la autonomía, de la autogestión, de la identidad y del empoderamiento ciudadano. En este sentido Lessig (2005: 19) afirma. *“La difusión de poder a través del control local, animando así la participación individual, es la esencia del federalismo y la expresión más grande de la democracia”*.

En la sociedad digital la cultura libre se nos presenta como un constructo colectivo e intercultural que incluye las distintas identidades individuales, así como las representaciones colectivas que la interacción de estas individualidades es capaz de generar, y que se desarrolla a través de dinámicas participativas, de intercambio solidario, de cooperación y de interactividad.

En la cultura libre el protagonismo lo tienen los ciudadanos que se convierten en actores de las diferentes dinámicas identitarias, creativas y comunicativas que interactúan en el universo comunitario.

Una sociedad libre y democrática necesita desarrollar una cultura libre, una cultura no dirigista, no dogmática, no secuestrada por los poderes públicos y las dinámicas de mercado. Una cultura en la que los ciudadanos sean creadores, expresen sus propias ideas, participen del debate social y generen sus propias representaciones identitarias. Como afirma Lessig: *“Cuando cada vez más ciudadanos expresen lo que piensan y lo defiendan por escrito, esto afectará la forma en que la gente entiende las cuestiones públicas”* (Lessig 2005: 62)

La recuperación de espacios físicos y virtuales para la creación, la expresión, el intercambio, la comunicación, la recreación de identidades y alteridades solidarias así como para la autonomía y la expresión de una cultura autogestionada y producida por colectivos de ciudadanas y ciudadanos que encuentran en la expresión y la comunicación cultural su identidad colectiva y el bienestar subjetivo constituye el objetivo de una sociedad equilibrada y democrática que pone el acento en la expresión de la libertad individual y los derechos culturales sobre otros factores propios de una sociedad del mercado, el individualismo y la competencia.

4. La ASC. Recuperando espacios para la convivencialidad.

Llegados a este punto podemos afirmar que la tarea de la animación sociocultural en la sociedad digital es la de reinventar espacios para la comunidad. Lugares y contextos para la interacción, la dialogicidad, el empoderamiento, la autogestión, la toma de decisión liberadora y la acción colaborativa. No se trata de recuperar espacios a partir de sus identidades históricas, sus funciones clásicas y los modelos de interacción tradicionales sino de reconvertirlos en lugares, físicos o virtuales, para la convivencialidad en los que la tecnología se ponga al servicio de la creación de un tejido social solidario en el que los factores de sostenibilidad vayan más allá de la asistencia a espacios físicos en momentos sincrónicos dotados de una identidad histórica y cultural para devenir lugares virtuales y asincrónicos de alteridad y confluencia de múltiples identidades en un contexto de una cultura libre basada en la vivencia de los derechos individuales, la toma de decisión autónoma y la autogestión como fórmula de organización y empoderamiento.

De esta manera cobran sentido los espacios para convivencialidad. Centros sociales autogestionados, comunidades virtuales, redes colaborativas, espacios públicos reconvertidos, movimientos sociales horizontales, medios de comunicación comunitarios, micromuseos, espacios lúdicos o lugares para la expresión y la creación colectiva toman forma como nuevos contextos de significación que dan sentido e identidad a espacios de interactividad, alteridad y acción social colaborativa.

Unos espacios para la convivencialidad que tienen como características principales:

El ser espacios de **alteridad**, en cuanto lugares de nuevas identidades multiculturales en el que se combina el respeto a las identidades individuales y locales con unas identidades múltiples fruto del mestizaje cultural y la creación colectiva. Una alteridad generada por la comunicación intercultural, el respeto a las individualidades, la tolerancia, la visibilidad y la libre expresión individual y colectiva. La alteridad deviene, de esta manera, fórmula de intercambio y convivencia comunitaria.

Unos espacios para una **comunicación transmedia**, interactiva y liberadora. Una comunicación que posibilite el procesamiento de la información, el análisis crítico y el posicionamiento individual consciente, razonado y elegido de manera autónoma en un ejercicio de libertad individual. Una comunicación transmedia en cuanto proceso interactivo, multicultural y multimedia. Una comunicación “total” que se fundamenta en una producción digital que se desarrolla a través de múltiples soportes mediáticos. Unas narrativas que no siguen la lógica espacio temporal y que se

estructuran sobre la versatilidad para mudar de lenguajes, soportes y canales para una comunicación que se sustenta sobre la expresión individual que al confluir en el ciberespacio se transforma en una comunicación comunitaria. Como afirma Ruíz Moreno (2014); *“Así pues, aunque parezca una paradoja, con la llegada de estos llamados nuevos medios, de alguna manera se entró a privilegiar el desarrollo de una comunicación uno a uno, más natural y dialogada, el voz a voz de las comunidades”*.

Lugares **lúdicos** para la recreación, la **interacción** y la **libertad de expresión**. Espacios en los que el juego se vivencia como un factor relacional facilitador de la comunicación y las relaciones sociales al tiempo que se nos presenta como un factor de desarrollo afectivo emocional. La vivencia lúdica como ejercicio de experimentación colectiva, de acción colaborativa, de exploración del entorno y de construcción de redes de convivencia es uno de los factores que junto al arte, entendido como creación individual y colectiva fruto de la libre expresión de inquietudes, vivencias y representaciones compartidas, contribuyen a configurar una vivencia colectiva construida a partir de la individualidad, la interacción, la empatía, la colaboración y la creatividad grupal.

Entornos para el arte en cuanto expresión social de las identidades y vivencias compartidas. Un **arte social** que es ante todo expresión y visibilidad de individuos y comunidades en una búsqueda constante y dialógica de autonomía, libre expresión y empoderamiento social. Unos entornos para el arte y la expresión que se construyen sobre una **cultura libre** en la que ciudadanas y ciudadanos autogestionan códigos y lenguajes, recrean contenidos y hacen del arte un entorno privilegiado para la creación y el intercambio de productos y significados culturales. Frente a unos espacios unidireccionales para el consumo cultural y de ocio la animación sociocultural recupera espacios para la autoestima, la participación, la autoría colectiva y un arte colaborativo que dota de significados e identidades la vivencia comunitaria. Espacios para el arte y la recreación que dotan de nuevos significados a espacios urbanos, centros culturales comunitarios y grupos humanos desde la óptica de una cultura libre, colaborativa y transformadora.

Un lugar para las **emociones**, para la afectividad, para el desarrollo de **sentimientos colectivos** que den significado a la vida comunitaria y solidifiquen las redes de interactividad y acción solidaria. Espacios para consolidar la autoestima y el bienestar individual en un contexto comunitario en que emociones y sentimientos construyan lazos sólidos de convivencia y colaboración.

Unos espacios para la **autogestión de dinámicas comunitarias** de creación cultural, participación y acción social colaborativa. Contextos creativos y transformadores que, desde la gestión ciudadana, dan forma a una nueva cultura libre, convivencial y autogestionada. En este sentido cibercomunidades, colectivos ciudadanos, movimientos sociales libres se presentan como espacios para el intercambio solidario, la interactividad y la transformación sociocultural.

5. Espacios para la convivencialidad. Una mirada a nuestro entorno sociocultural más inmediato.

Para finalizar esta exposición vamos a poner diversos ejemplos de espacios recuperados o en proceso de transformación a través de los cuales la animación está dando nuevos significados identitarios a nuevos y viejos espacios que son recuperados desde una óptica convivencial. A partir de un uso humanizado y humanizador de las tecnologías digitales. Estos contextos se reinventan día a día desde las coordenadas de una cultura libre, un arte social transformador, una acción colaborativa y unas dinámicas de autogestión ciudadana.

Veamos algunos ejemplos:

5.1. Centros sociales autogestionados

Frente a unos espacios culturales y sociales gestionados por profesionales e instituciones socioculturales diseñados para el consumo de productos culturales y servicios de ocio y tiempo libre la animación recupera el modelo para la convivencialidad planteando la autogestión y la iniciativa ciudadana como fórmulas de organización, democracia participativa y transformación ciudadana. Para Alcantara (2011) un centro social es autogestionado *“Cuando la asociación, colectivo o grupo vecinal sin ánimo de lucro arraigado en el territorio realiza la gestión de un equipamiento”* Del mismo modo Alcantara (2011) señala las características de este tipo de espacios *“Como puntos fuertes, al igual que en la gestión ciudadana podemos definir que la participación vecinal es el motor de dinamización y transformación donde la participación es directa, horizontal y sin intermediaciones”*.

Son varios los centros que podemos poner como ejemplo de este tipo de espacios para la convivencialidad. En Barcelona centros como El Ateneu Popular 9Barris (<http://www.ateneu9b.net/>) o Can Batlló (<https://www.canbatllo.org/>) representan este modelo de autogestión vecinal y

comunitaria de la cultura popular y la convivencia cívica. Igualmente el centro Can Vies (<https://canvies.barrisants.org/>), del que Alcantara (2014) afirma “*Can Vies ha sido un centro social de referencia, creado por los jóvenes del barrio hace más de diecisiete años. Un equipamiento que ha permitido crecer a la juventud de forma implicada con su comunidad para transformar y para construir una sociedad más justa a través de valores como la cooperación, la solidaridad, el apoyo mutuo, el diálogo y el respeto*”.

Otro ejemplo de centro social autogestionado lo podemos encontrar en el CSA La Tabacalera de Lavapies (Madrid) (<http://latabacalera.net/c-s-a-la-tabacalera-de-lavapies/csa/>). Un centro que en su página web se define como “*La Tabacalera es un centro social autogestionado: un espacio donde hay teatro, música, danza, pintura, conferencias, reuniones, audiovisuales, talleres, eventos, intervenciones en el barrio... Intentamos que ninguna actividad predomine sobre otras, y que el carácter colectivo, público y de transformación social esté presente en todas ellas*”. Un centro que se define a si mismo desde los siguientes criterios: horizontalidad, transparencia, gratuidad, sostenibilidad económica, corresponsabilidad, cooperación, compromiso, proporcionalidad, respeto, autonomía, cultura libre, polivalencia, flexibilidad y no exclusividad en cuanto a la ocupación de los espacios.

5.2. Redefiniendo nuestras ciudades.

La ciudad como espacio comunitario para la comunicación, la interacción, el ocio, la fiesta y la identidad ha sido sustituida por una ciudad para el tráfico, la movilidad, los servicios y los “no lugares”. De una ciudad acogedora y generadora de lazos identitarios hemos pasado a unas ciudades impersonales por donde transitamos sin descanso en la que los mismos parques y servicios nos imponen un peaje condicionado por factores de seguridad y consumo. La modernidad ha creado unas ciudades sin espacios significativos para el “cotilleo”, la recreación, la interacción o el juego. Frente a este modelo surgen opciones alternativas y convivenciales promovidas por movimientos educativos y ciudadanos.

La ciudad de los niños (<http://www.lacittadeibambini.org/spagnolo/interna.htm>), proyecto nacido en Fano (Italia) en 1991 y que tiene como objeto “*trabajar para una nueva filosofía de gobierno de la ciudad*”, luchando contra la degradación de las ciudades a partir de propuestas participativas que priorizan las necesidades de la ciudadanía sobre los intereses económicos y empoderando a la

ciudadanía en la gestión del día a día de la ciudad. Como afirma Tonnucci al referirse a este modelo de ciudad (2015: 15) *“En nuestras ciudades se ha aceptado cambiar el orden de las propiedades en muchas ocasiones, y privilegiar a los peatones frente a los automóviles, los barrios frente a las ciudades, los niños frente a los adultos, el juego frente al trabajo”*.

Las ciudades lentas (http://www.slowmovement.com/slow_cities.php) movimiento internacional que promueve la desaceleración de la vida en las ciudades a través de propuestas como reducir el sonido y el tráfico, aumentar las zonas verdes, promover la economía local o fomentar el espíritu de hospitalidad y buena vecindad. *“En una ciudad lenta tienes tiempo para relajarte, para pensar, para reflexionar sobre las grandes cuestiones de la existencia” ... “Simplemente deseamos alcanzar un equilibrio entre lo moderno y lo tradicional, que promueva la buena vida”*. Carl (2016: 97). Junta a estas iniciativas encontramos propuestas concretas como la creación de espacios peatonales en el centro de las ciudades, zonas de circulación lenta, carriles bici, calles y plazas sin circulación. Todas ellas propuestas alternativas para la convivencialidad que promueven el encuentro, la interacción y la creación de espacios de significación e identidades múltiples.

La ocupación de espacios urbanos por colectivos ciudadanos que viven y se expresan en la ciudad a partir de sus intereses y formas de afrontar su realidad vital. Grafiteros, skaters, grupos étnicos, “colles de castellers” (<http://www.cccc.cat/qui-som>) y otros colectivos urbanos aportan iniciativas de ocupación creativa y convivencial de los espacios urbanos a los que dotan de sentido festivo, recreativo y sociocultural.

La creación de parques o espacios temáticos para un uso ciudadano y convivencial es otra de las realidades que completan iniciativas como las que hemos ido presentando en este apartado. Así espacios como El Cyber Parc Arsat Moulay Abdeslam en Marrakech (<http://www.marrakech-cityguide.com/cyberparc-arsat-moulay-abdeslam-825>), un espacio que está diseñado como lugar de encuentro y recreación al tiempo que lugar para el acceso a las tecnologías y la interactividad digital se unen a lugares como skateparks y otros espacios que contribuyen a rediseñar la ciudad desde una perspectiva humanizadora.

5.3. Cibercomunidades

El ciberespacio se ha convertido en un contexto vital de referencia tanto para el acceso y análisis de la información como para el debate social, la participación, la toma de decisión, la organización y el cambio social. En cuanto espacio de significación, alteridad y regulación de las relaciones socioculturales el ciberespacio es un componente indisociable de nuestro mundo de relaciones, participación y organización social.

En este sentido la ciberanimación en cuanto práctica de la animación sociocultural en la Sociedad Digital se define como la acción de ciudadanos y colectivos sociales tendente a la creación de comunidades sociales solidarias, inclusivas y sostenibles, mediante acciones puntuales y accidentales o a través de proyectos de acción sociocultural pactados y planificados por diferentes actores sociales. (<http://ciberanima.blogspot.com.es/>)

Surgen así las cibercomunidades o comunidades digitales *“Comunidad que se estructura sobre una base tecnológica, sobre identidades individuales que se interrelacionan en el contexto del no espacio y el no tiempo y que establecen relaciones sociales desmasificadas”* Viché (2007:77)

Estas comunidades digitales que se estructuran sobre una comunicación interactiva, una acción social colaborativa y una autoría colectiva se convierten en espacios de interacción, debate, visibilidad y empoderamiento constituyendo lugares para la creación de identidades colectivas y alteridad.

Es así como a través de redes sociales y todo un universo de la comunicación 2.0 individuos y colectividades establecen nuevos lazos y dotan de significación a espacios de convivencia y solidaridad que son fruto de la interacción de vivencias reales y virtuales en un mundo que es real en cuanto lo dotamos de sentido y acción cooperativa. Esta realidad queda plasmada tanto en la sección Tiempo de Blogs que producida por Antonio Alcántara publica periódicamente la revista *“Quaderns d'Animació i Educació Social”* (http://quadernsanimacio.net/index_7.htm) y que podemos analizar igualmente a partir del Observatorio Ciberanima de la ASC en el ciberespacio (<http://ciberanima.blogspot.com.es/p/blog-page.html>).

5.4. Espacios para un arte social

El arte es, ante todo, una forma de expresión de inquietudes y vivencias interiores. A través del arte mujeres y hombres se expresan libremente, representan la realidad y crean identidades. A través del arte las individualidades se hacen visibles en un universo colectivo de intercambio y creación cooperativa. El arte crea significados, genera narrativas identitarias y establece lazos de intercambio y alteridad.

Frente a un arte mercantilizado y convertido en un producto de consumo que se distribuye a través de contenedores y espacios para la exhibición y el consumo pasivo, la animación sociocultural opta por un arte como expresión social fruto de la libertad, la creatividad, la participación y el intercambio. La Asociación Neret Social (<https://www.artsocial.cat/>) define el arte social como todas las actividades artísticas que *“tienen como objetivo el empoderamiento y la integración de comunidades, personas o colectivos que de forma puntual o continuada requieren una herramienta para la transformación de su situación social”*.

Es desde esta concepción comunitaria y transformadora que la animación recupera espacios para el arte y el intercambio cultural. Desde la perspectiva convivencial la animación reconvierte lugares tradicionales al tiempo que dota otros espacios de un contenido expresivo, interactivo, liberador, en los que la ciudadanía deja de ser una audiencia receptiva/consumidora de bienes y productos culturales para transformarse en una ciudadanía prosumer que produce e intercambia significados artísticos dotándolos así de nuevas identidades comunitarias.

De esta manera centros sociales, calles o plazas se redefinen como lugares para el circo social. Para Antonio Alcántara (2011) el circo social del Ateneu 9Barris de Barcelona como proyecto artístico *“Es un espacio educativo global donde se potencia la adquisición de una base técnica de circo de calidad, y a la vez pretende dotar de recursos educativos para la formación global de la persona”* (<http://quadernsanimacio.net/ANTERIORES/trece/pdf/9barris.pdf>)

Por su parte el teatro del oprimido, aportación de Augusto Boal al lenguaje corporal y las narrativas de la expresión dramática recrea espacios muy diversos para la expresión y la comunicación teatral. En el teatro del oprimido actores y espectadores se convierten en mediadores de una lectura crítica de la realidad mientras que los espacios, desde una pequeña habitación hasta una gran avenida pasando por escenarios y plateas muy diversas, se convierten en lugares de interacción y dialogicidad adquiriendo así nuevos significados identitarios.

Del mismo modo grafiteros y youtubers reinventan día a día nuevos espacios urbanos y digitales para un arte expresivo y un intercambio de significados que se transforman en “lugares” con identidad propia para el arte y la cultura posmoderna.

5.5. El espacio de los movimientos sociales inteligentes

Los movimientos sociales inteligentes son aquellos que han comprendido que la acción sociocultural y ciudadana lejos de propuestas dirigistas y funcionalistas se organiza desde una dinámica que surge a partir de la autogestión y que se organiza desde abajo hacia arriba de forma colaborativa. Los movimientos sociales inteligentes se estructuran a partir de representaciones e identidades diversas que confluyen, a través del diálogo, en narrativas de alteridad y consenso. Desde una organización horizontal y a través de un liderazgo emocional los movimientos inteligentes generan narrativas compartidas de forma dialógica provocando dinámicas liberadoras de empoderamiento y autonomía. Unos movimientos sociales en los que, como afirma Rheingold (2004), : *“La reciprocidad, la cooperación, la reputación, la limpieza social y los dilemas sociales parecen piezas fundamentales del puzzle de las multitudes inteligentes”*.

Estos movimientos que tradicionalmente habían utilizado espacios físicos para contextualizar su acción: casinos, casas del pueblo, ateneos, sedes sociales, en la Sociedad Digital, han asumido no solo un cambio organizativo y comunicacional sino que se han adaptado a las tecnologías digitales y han sabido aplicar las aportaciones de la convivencialidad para reconvertir y dar nuevos significados a espacios virtuales, calles y plazas, entornos de convivencia e interacción, lugares que se reconvierten en espacios identitarios para el debate, el análisis y la acción colaborativa.

Estos espacios de significación que utilizan los movimientos inteligentes como afirmábamos en (Viché 2009) se organizan y dotan de identidad a partir de:

“Utilizar la Red como medio de comunicación y organización. Fundamentar su acción a partir de una imagen compartida de la realidad social. Generar su intervención a través de unas identidades múltiples compartidas que se constituyen en el motor para su participación en el debate social. Utilizar la reciprocidad y la cooperación que les facilita la Red para generar proyectos de acción solidarios e interactivos. Convertirse en autores de contenido a través de un discurso multimedia asumido de forma colectiva, que se hace presente en el debate social. Convertirse en micropoderes cuya

acción tiene un impacto directo en las dinámicas socioculturales de la comunidad. Ser motores de desarrollo sostenible a través de la puesta en acción de sus objetivos y proyectos”.

5.6. Espacios para una comunicación comunitaria.

Frente a unos medios de comunicación unidireccionales y mercantilizados en manos y al servicio de los grandes grupos mediáticos que controlan las dinámicas de mercado, la animación sociocultural recupera el espacio comunicacional para una comunicación convivencial. La animación hace años que había optado por una comunicación local generada por la interacción de múltiples actores en las dinámicas socioculturales de la comunidad. No obstante, con la comunicación global vía Internet, la animación ha encontrado nuevos espacios para una comunicación multidireccional e interactiva a través de los que toman la palabra y se hacen visibles cantidad de colectivos multiculturales y comunidades locales. A través de ellos se produce una comunicación inclusiva que permite tanto una visibilidad de raza y género como la autoría y presencia de una multiplicidad de colectivos y sensibilidades en el debate social facilitando así el empoderamiento en un nuevo entramado comunicativo, plural y auténticamente democrático.

Es así que la web 2.0, los espacios indymedia (<https://www.indymedia.org/or/index.shtml>), los canales de intercambio de video y los medios de comunicación alternativos se dotan de identidad como nuevos espacios para una comunicación plural, dialógica y participativa que dan sentido a una comunicación libre y autogestionada en la que colectivos y agentes sociales muy diversos toman la palabra en un contexto de debate y participación activa en las dinámicas de transformación y sostenibilidad.

5.7. Recuperando el Planeta para la convivencialidad

El medio ambiente natural es otro de los contextos que tradicionalmente ha utilizado la animación sociocultural como espacio privilegiado para sus actividades de ocio y tiempo libre. De esta manera marchas, campamentos o deportes de naturaleza y aventura han formado parte de las propuestas medioambientales que ha desarrollado la animación.

En los últimos tiempos factores como la degradación del medio ambiente, la sobre explotación de los recursos, el cambio climático, la concentración urbana, la prioridad que el sistema otorga a las

infraestructuras para el transporte y la comunicación terrestre unida a una concepción de las actividades medioambientales como una oferta ligada al de consumo de servicios en el contexto de un ocio mercantilizado han convertido, en algunos casos, los espacios y recursos medioambientales en “no lugares” en cuanto que son consumidos al margen de su significación dentro del contexto del equilibrio ecológico y la sostenibilidad.

Ante este desfase ecológico la animación sociocultural recupera la representación del Planeta como lugar para la convivencialidad. La Tierra deviene un espacio de significación a través del cual establecer una comunicación interactiva en la que podemos ser capaces de escuchar sus sonidos e impulsos vitales y aportar respuestas y propuestas de sostenibilidad. El Planeta como lugar de disfrute en cuanto capacidad de encontrar significados de bienestar en nuestra relación con el medio natural como lugar de las emociones, sentimientos y vivencias compartidas. De esta manera el espacio natural pasa de ser un contexto de uso y disfrute a un lugar dotado de significación para la interacción, la acción solidaria y el compromiso con la sostenibilidad.

Así la animación sociocultural recupera los espacios naturales como lugares de convivencialidad cuando genera propuestas de interacción y compromiso con el medio ambiente. Proyectos como el Proyecto Rios (<http://www.limne.org/index.php/val/hacemos/custodia-fluvial>) que dota de identidad estos ecosistemas tan vitales, acciones por un ecologismo activo y comprometido, espacios verdes y sostenibles, itinerarios medioambientales o programas de voluntariado medioambiental son iniciativas que dotan de sentido identitario los diferentes ecosistemas como lugares de convivencialidad y futuro sostenible.

Referencias

Alcántara Alcántara, Antonio.; (2011); Los equipamientos de carácter sociocultural y sus modelos de gestión.; en <http://quadernsanimacio.net>; nº 14, julio de 2011; ISSN: 1698-4404

Alcántara, Antonio ; (2014); Can Vies se queda!: cuando el concepto de público pertenece a la comunidad y no a la administración; en <http://quadernsanimacio.net> ; nº 20, julio de 2014; ISSN: 1698-4404

Augé, Marc (2008); *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa, Barcelona.

- Honoré, Carl** (2016); Elogio de la lentitud. Un movimiento mundial desafía el culto a la velocidad; RBA; Barcelona.
- Illich, Ivan** (1978); La Convivencialidad; Editorial Barral; Barcelona.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam; Green, Joshua** (2015); Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red; Gedisa; Barcelona.
- Lessig, Lawrence** (2005); *Por una cultura libre*. Traficantes de sueños, Madrid.
- Ramonet, Ignacio** (2015); El Imperio de la vigilancia; Clave Intelectual; Madrid.
- Rheingold, Howard** (2004); *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social (smart mobs)*. Gedisa, Barcelona.
- Ruiz Moreno, Sandra** (2014); Las características de las narrativas transmedia; En Irigaray, Fernando ; Hacia la comunicación transmedia ; Editorial de la Universidad Nacional de Rosario (Argentina); pàgs 97-106; <http://www.acuedi.org/ddata/11325.pdf>
- Stallman, Richard M.** (2004) ; Software libre para una sociedad libre ; Traficantes de sueños ; Madrid.
- Touraine, Alain** (2005); Un nuevo paradigma. Para comprender el mundo de hoy ; Paidós. Barcelona.
- Tonucci, Francesco** (2015); La ciudad de los niños; Graó; Barcelona.
- Viché González, Mario** (2007); La animación cibercultural; Certeza; Zaragoza.
- Viché González, Mario** (2009); Ciberanimación, Identidad y Ciudadanía; en <http://quadernsanimacio.net>; n° 9; enero de 2009; ISSN 1698-4044
- Viché González, Mario** (2013); @Ciberanimación; Ed. Mario Viché; Valencia.
- VVAA** (2016); Arte educación & comunidad; Apex, Universidad de la República; Montevideo

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Viché González, Mario (2017) Recuperando espacios para la convivencialidad; en <http://quadernsanimacio.net> ; n° 26 julio de 2017; ISSN: 1698-4404