

La comunicació dels projectes d'art social

La iniciativa va sortir d'[Art Social](#) i es planteja com una reflexió al voltant de la comunicació dins l'àmbit de l'art social. Després d'un temps d'experiència, hem observat que ens comuniquem en un espai acotat, una "bombolla" de la qual en formem part, però més enllà d'aquests límits, no és general reconèixer les eines artístiques com espai de comunicació, ni tampoc la comunicació de les accions on l'art és l'eina d'apoderament i transformació. Tot i que cada vegada hi ha més consciència i reconeixement d'aquestes accions socials a través de l'art, sovint no va més enllà de l'anecdòtic.

L'activitat, per tant, es va centrar a reflexionar sobre la comunicació en aquest doble camí: l'art com a eina de comunicació i la comunicació de l'art social. Volíem parlar sobre els protagonistes, els llenguatges, la demanda d'immediatesa comunicativa, els límits, etc.; en definitiva, com comuniquem en fora, qui comunica, amb quins llenguatges, com es reconeixen aquests llenguatges, com fem difusió, qui la fa, com arriba i a qui, quin és l'abast del qual comuniquem, com podem arribar a més...

Ho vam voler fer aportant les nostres experiències i plantejant preguntes que poguessin obrir un espai de debat i reflexió conjunta. Per portar endavant l'activitat vam mostrar exemples de la nostra feina comunicativa: vídeos, textos, utilització de l'espai radiofònic. Es tracta d'explicar-nos i mostrar-nos també amb exemples concrets del que fem i com ho fem, perquè la reflexió pugui girar al voltant de la realitat en la qual ens movem, i no només la teoria. Volíem trobar idees, propostes, etc., per poder ampliar l'angle de la nostra mirada i accedir a espais més amplis i diversos.

El debat a la trobada va aportar les següents conclusions:

1. La comunicació de les activitats i la interrelació amb altres afins es produeix suficientment bé en l'àmbit d'interès de cada una, i incideix de forma positiva dins l'espai en què aquesta comunicació es mou. En general no es planteja que sigui necessari anar més enllà.

2. Les activitats es produeixen i es comuniquen amb els mitjans disponibles en cada cas (que solen ser reduïts). En general, s'espera que hi hagi una participació activa dels interessats i/o participants en l'ampliació de la difusió (amb mitjans senzills com el "boca-orella", cartelleria local, entre d'altres).

3. Es planteja la necessitat de definir el sector de la població al que es vol arribar i establir estratègies per aconseguir una major aproximació, amb les eines comunicatives disponibles (internet, la difusió radiofònica dins la franja que en cada cas es tingui disponible, la projecció del treball audiovisual en sales, la participació en fires i actes en el cas de la comunicació escrita).

4. Es valora de forma positiva l'abast que té la comunicació en cada cas; no obstant això, tot i que es considera que estaria bé ampliar l'espai comunicatiu per poder arribar a moltes més persones, les dificultats que comporta (gran

desconeixement de què és l'art com a eina de transformació social, l'espectacularització de la comunicació, el consum passiu d'activitats culturals, la consideració de la cultura com una mercaderia, els monopolis comunicatius, etc.) disminueixen l'impuls i aboquen a un cert conformisme.

5. Cal seguir treballant per ampliar la conscienciació i la visibilització de la realitat social i per donar a conèixer l'acció social mitjançant l'art. Per aquest objectiu, un camí és explicar les seves potencialitats (apoderament de la majoria social, recuperació d'espais per la comunitat, cohesió social, sentit de pertinença, acció solidària, alegria, creativitat, oportunitat, etc.) amb els mitjans de què disposem i cercant-ne de nous.