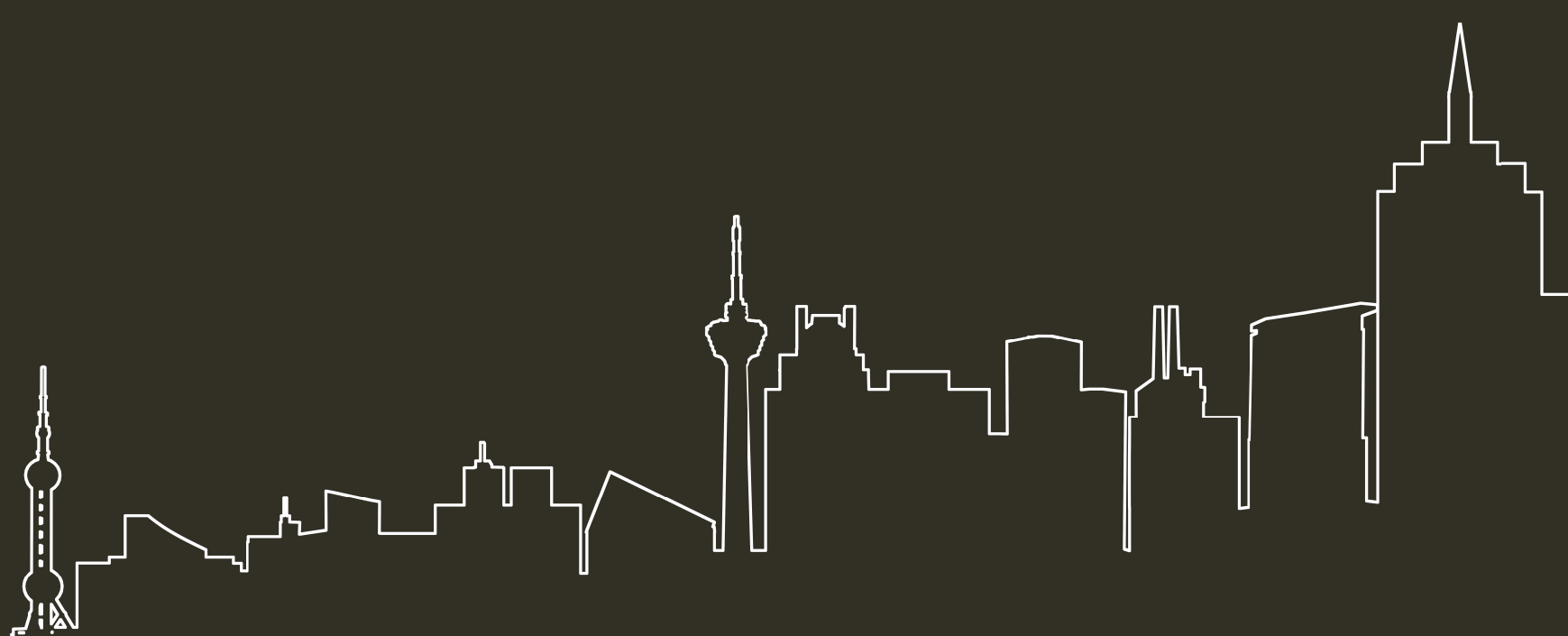
COMUNICACIÓN Y CIUDAD

Miguel Ángel Chaves Martín (Dir.)



Miguel Ángel Chaves Martín
(Director)

COMUNICACIÓN Y CIUDAD

Grupo de Investigación
Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea
Universidad Complutense de Madrid

COMUNICACIÓN Y CIUDAD
Miguel Ángel Chaves Martín (Dir.)

Edita: Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea. Universidad Complutense de Madrid

Colabora: Departamento de Historia del Arte y Patrimonio. Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid

© De los textos: sus autores

© De la presente edición: Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea (UCM)

Revisión de textos: Estíbaliz Pérez Asperilla, Olga Heredero Díaz

Maquetación: NMyK Creativos

Impresión: Discript S.L. Madrid

ISBN: 978-84 606-9563-9

Depósito Legal: M-23108-2015

Primera impresión: junio de 2015

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Los Editores no se responsabilizan de la selección y uso de las imágenes incluidas en la presente edición, siendo responsabilidad exclusiva de los respectivos autores.

Índice

Comunicación y ciudad. Miradas cruzadas 9
Miguel Ángel Chaves Martín

"La vila del ós i la ciutat dels comtes". La visualización de Madrid en los orígenes del nacionalismo catalán 13
Carlos Reyero

La vida social y cultural en los cafés europeos en el último cuarto del siglo XIX 23
Mónica Vázquez Astorga

Publicidad y ciudad: la construcción del universo simbólico. El caso de Nissan y Hugo Boss 39
Rosana Bazaga Sanz, Esther Simancas González

La danza como herramienta de construcción participativa de la ciudad. Anna y Lawrence Halprin 47
Jaume Blancafort, Patricia Reus

La condición perfomática de la política: el caso teleanálisis (Chile, 1984/89) 55
Nadinne Canto Novoa

Nuevas miradas sobre el territorio: Carlos Pérez Siquier y Joaquín del Palacio 61
Mónica Carabias Álvaro

En la calle, "ARTE POR HORAS": Provocación, Reutilización, Performance 69
Rafael Casado Martínez, Luz Fernández-Valderrama Aparicio, Antonio Herrero Elordi,
Eva Luque García, Amanda Martín-Mariscal

Espacio público y ciudadanía. Propuestas de recuperación desde el pensamiento urbano postfuncionalista 79
Mª Asunción Díaz Zamorano

Integración de Arte y tecnología en la ciudad del Siglo XXI. La realidad aumentada en el proceso de cambio 87
Guadalupe Durán-Domínguez, Antonio García-Villanueva

La calle es mía, es tuya, es de todos 91
Dolores Fernández Martínez

Creatividad Social. El papel del arte y la creatividad como herramientas de dinamización social 99
Luz Fernández-Valderrama Aparicio, Ignacio Rovira Caballero

Publicidad exterior: paisaje urbano al servicio de las organizaciones 107
Begoña Gómez Nieto

San Sebastián: el Festival Internacional de Cine como pieza clave de la Marca Ciudad 115
Cristina González Oñate

La construcción simbólica del espacio público de Santiago de Chile. Representaciones de la ciudad y sus ciudadanos en la producción cinematográfica nacional del decenio 1981–1990 123
Claudio Lagos-Olivero

Arquitectos y diseñadores de interior en la ciudad digital: un reto en la formación online 133
Camino López García, Luis Barrero

Notas de escaparatismo en alimentación: la ciudad entre el consumo de hábitos y tendencias 139
Mª Aurora López López, Luis Rodrigo Martín, Isabel Rodrigo Martín

Las identidades del "Ser" y del "Estar" en contextos de barrio. Entre la experiencia local y las prácticas artísticas 147
Gaspar Maza, Ramón Parramon

El discurso periodístico del conflicto en torno al patrimonio urbano: el caso de El Cabanyal en Valencia 157
María Teresa Mercado Sáez, María José Pou Amérigo

El París de Woody Allen: la ciudad narrada 167
Marta de Miguel, Mario Rajas

La catedral en el entorno urbano. Mensajes epigráficos en la Plena y Baja Edad Media 173
Irene Pereira García

El tratamiento de la ciudad en la industria musical: Björk y las influencias de su tierra natal 179
Estíbaliz Pérez Asperilla

Las ciudades como escaparate de reivindicaciones sociales. Reflexiones a partir del testimonio de los *street artists* 185
Ana María Rivas Machota, Ana Gómez de Castro

La ciudad también está en el interior de la casa. (Ensayo sobre "Santiago"; serie de fotografías de interiores domésticos realizada por Elisa Sighicelli en 2000) 191
Mafalda Riveiro Gozálvez

Ciudad, arte y comunicación. Análisis de la transformación de espacios para la creación artística y la comunicación en la ciudad de Segovia 195
Isabel Rodrigo Martín, Luis Rodrigo Martín, Daniel Muñoz Sastre

El instrumento audiovisual en la comunicación de conflictos urbanos 201
Marco Rossano

"Ciudad Halal", una nueva forma de comunicar la ciudad 211
Pilar Sánchez González, Mª del Carmen de la Orden de la Cruz, Graciela Padilla Castillo

La ciudad como escenario en las fotografías de Luis Márquez (Colección Diego Angulo y Marco Dorta en el CSIC) 217
Juan Miguel Sánchez Vigil, María Olivera Zaldua

La imagen de la ciudad medieval a través del cine español de ficción 223
Fernando Sanz Ferreruela

La ciudad sincronizada ¿Democracia meta-real? 229
Francisco Segado Vázquez, Rafael García Sánchez

La importancia de lo glocal en los nuevos proyectos culturales (Madrid, 2008 – 2014) 235
Alicia Serrano Vidal

Moda, lujo, "rive droite", "rive gauche": personalización y exposición del espacio urbano parisino en "Gossip girl" 243
Mónica Tovar Vicente

Apariciones y desapariciones: publicidad informal en el espacio público de Bogotá 251
Cielo Vargas Gómez

Campamento frente a Ciudad. *Hacer-campamento* como acción convergente de habitar, construir y tejer comunidad 259
Susana Velasco Sánchez

Imaginario urbano, iconografía y representación de mundo: literatura y contexto cultural de Santiago de Chile en los años 30 267
Rodrigo Andrés Vera Manríquez

Dentro/fuera de la ciudad. Tecnologías creativas, comunicación y expresión de subjetividades de género en el contexto de la cárcel 275
Virginia Villaplana Ruiz

Plaza Roosevelt, centro de São Paulo: un encuentro entre teatro, ciudad y prácticas culturales contemporáneas 283
Kelly Yamashita, Miguel A. Buzzar

COMUNICACIÓN Y CIUDAD. MIRADAS CRUZADAS

Miguel Ángel Chaves Martín
Universidad Complutense de Madrid

La intensidad con la que vivimos en la actualidad el fenómeno urbano hace imprescindible una reflexión profunda sobre lo que la ciudad es, así como sobre los cambios de sentido que se han ido produciendo y se siguen operando en estos momentos, en las distintas relaciones entre los factores que tejen el ámbito de lo urbano. Todo ello nos estimula como investigadores, alimentando nuestras inquietudes, instándonos continuamente a buscar respuestas a las preguntas que se nos plantean incesantemente como grandes retos a superar en el camino recorrido hacia la comprensión fundamentada de la ciudad. Considerar la ciudad como entidad que alberga diversidad de grupos sociales, como espacio en el que se establecen las relaciones entre estos grupos, como lugar en permanente adecuación a los requerimientos sociales, conduce inevitablemente al reconocimiento de lo comunicacional (Martín Barbero, 1994: 23 y Aceves, 1994: 129), y por extensión a la cada vez más necesaria interdisciplinariedad que caracteriza los denominados estudios culturales urbanos desde las relaciones entre las artes, la cultura, la comunicación y el espacio urbano. De la misma manera que los procesos comunicacionales atraviesan las actividades sociales, la comunicación subyace en la base de los productos construidos por el hombre, se asienta en las urbes donde se congregan los puntos centrales de la comunicación social. La ciudad, los espacios urbanos, son una poderosa fuerza que actúa sobre nuestro acontecer diario influyendo en nuestra forma de pensar, sentir, imaginar, vestir, trabajar, descansar, es decir, sobre nuestra forma y calidad de vida. Así, la ciudad aparece como algo más que un simple espacio territorial que cobija a los ciudadanos dentro de sus fronteras urbanas. Los espacios que se generan son espacios sentidos, percibidos por el ciudadano, espacios llenos o vacíos, con significado. El aspecto formal es su forma de expresión, la manera como se manifiesta al ciudadano, que los hace suyos como espacios ya no puramente matemáticos sino antropológicos.

Esta nueva forma de entender la cultura urbana, alejada de las meras cuestiones técnicas y enfocada hacia un planteamiento histórico y cultural preocupado sobre todo por las relaciones espacio/tiempo, ciudad/ambiente, es la que había planteado ya en 1938 Lewis Mumford en su obra *La cultura de las ciudades*, cuando define a éstas como la obra de arte más grande creada por el hombre. Desde la interdisciplinariedad que le inculcara su maestro Patrick Geddes, la visión de la ciudad en Mumford abarcaba tanto la sociología como la historia, la filosofía y la arquitectura, la tecnología, la economía, el urbanismo…, en un planteamiento claramente renovador y arriesgado que pasadas las décadas ha vuelto a recobrar protagonismo.

> La ciudad constituye un hecho de la naturaleza, lo mismo que una cueva o un hormiguero. Mas también es una obra de arte consciente, y contiene, dentro de su armazón comunal, muchas formas de arte más simples y más personales. La mente adquiere forma en la ciudad y, a su vez, las formas urbanas condicionan la mente. El espacio, lo mismo que el tiempo, se reorganiza artísticamente en las ciudades, en las líneas periféricas y en las siluetas de los edificios. Al elegir los planos horizontales y los picos verticales, al utilizar o rechazar un lugar natural, la ciudad conserva la huella de una cultura y de una época y la relaciona con los hechos fundamentales de la existencia. La cúpula, el

> capitel, la avenida abierta y el patio cerrado nos revelan no solamente las diferentes disposiciones físicas, sino también las concepciones esencialmente diferentes del destino humano. La ciudad es de utilidad física para la vida colectiva y un símbolo para aquellos movimientos colectivos que aparecen en circunstancias favorables. Junto con el idioma, es la obra de arte más grande del hombre (Mumford, 1938).

Las investigaciones que relacionan comunicación, cultura, arte y ciudad se consolidan, sobre todo, en los primeros años de la década de 1990, desde una simultaneidad de miradas sobre el espacio urbano, en un momento en el que el concepto de ciudad está en plena transformación.

> La combinación de dispersión espacial e integración global ha creado un nuevo rol estratégico para las grandes ciudades. Más allá de su larga historia como centros del comercio y la banca internacionales, estas ciudades tienen hoy cuatro funciones completamente nuevas: primero, como puntos de comando altamente concentrados desde los que se organiza la economía mundial; segundo, como localizaciones claves para las finanzas y las empresas de servicios especializados o del terciario avanzado, que han reemplazado a la industria como sector económico dominante; tercero, como lugares de producción y de generación de innovaciones vinculadas a esas mismas actividades; y cuarto, como mercados para los productos y las innovaciones producidas. (…) Las ciudades concentran hoy el control sobre vastos recursos y los sectores de las finanzas y los servicios especializados han reestructurado el orden social y económico. De esta forma, ha aparecido un nuevo tiempo de ciudad. Ésta es la ciudad global. (Sassen, 1999: 30).

La publicación en 1991 del libro de Saskia Sassen *The global city* no sólo supone la culminación de los estudios llevados a cabo desde la década anterior en torno a los efectos de la globalización en el espacio urbano, sino también una nueva y fundamental aportación en el proceso de conceptualización de dicho espacio en una situación cada vez más alejada de la idea tradicional de "ciudad".

En ese sentido, Armando Silva habla ya de lo urbano como actitud, al superarse las fronteras de la ciudad tal como se habían concebido históricamente, al afirmar que *salimos de las ciudades, que son algo físico, pero no de lo urbano, que es estructural, que nos alcanza y envuelve* (Silva, 1992). Ya en la década de 1960 Françoise Choay reconocía la pérdida de sentido y significación de la ciudad tradicional como consecuencia de los profundos cambios producidos en las sociedades y en sus modos de producción, convirtiendo a aquella en *una lengua muerta* (Choay, 1965: 101), para concluir décadas después en su artículo "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" que

> Europa es hoy triunfalmente urbana. El espacio rural y las poblaciones rurales se reducen día a día mientras se multiplica el número de megalópolis, conurbaciones, comunidades urbanas, tecnópolis y polos tecnológicos. "Ciudad" se ha convertido en la palabra clave de la tribu política, una palabra para todo de la tribu mediática, la palabra coartada de los clanes de urbanistas, de los urbanizadores, de los arquitectos, de los administradores, de los sociólogos que la escrutan, la auscultan y/o pretenden darle forma. ¿Pero es urbanización sinónimo de producción de ciudad? (Choay, 1989: 23).

Había llegado el momento –según Choay– de admitir, sin sentimentalismos, la desaparición de la ciudad tradicional para preguntarse sobre aquello que la ha sustituido, esto es, sobre la naturaleza de la urbanización y sobre la idea de no-ciudad que parece, en su opinión, era el destino de las sociedades occidentales avanzadas. En la misma línea, Javier Maderuelo (Moya, 2011: 16) considera que el término "ciudad" parece cada día menos apropiado para nombrar los lugares en los que vivimos más de la mitad de la población del planeta y, para mencionarlos, recurrimos al término "urbano" refiriéndonos con él a aquello que de forma neutra se opone al campo y que difícilmente se articula como auténtica entidad organizada, sino como algo que se dispersa o, más bien, *desparrama* por un campo en el que desaparecen, con la misma mutabilidad, las formas de vida rural.

La aparición de términos como "conurbación", acuñado por Patrick Geddes en 1915, "megalópolis", establecido por Jean Gottmann en 1961, "ecumenópolis", definido por Doxiadis en 1968, o construcciones léxicas como "policentrismo regional" ponen en evidencia no sólo la aparición de nuevos fenómenos urbanos distintos de la "ciudad", sino la desaparición del ente ciudad, reemplazado ya por muchos autores que hablan de "posciudad" y "postmetrópolis". *El mundo entero, finalmente, tiende a ser ciudad*, en palabras de Giandomenico Amendola (2000: 119) cuando establece las bases de la que él identifica como "ciudad posmoderna". Una ciudad que se transforma profundamente más allá de sus límites, de aquellas cartografías que nos habían permitido hasta entonces reconocer sus extremos, sus fronteras, sus confines (Chambers, 1990), para empezar a prestar especial atención a la carencia de límites conceptuales y materiales de la postmetrópolis moderna (Soja, 2008: 313). Los efectos de la globalización en el espacio urbano, su incidencia en los modos de producción, en la economía, en la política, en la tecnología y en los nuevos sistemas de comunicación, en la cultura y en el territorio, han provocado un

cambio de escala tan extraordinario que incluso términos como megalópolis y megaciudad parecen insuficientes para definir los límites exteriores de la región metropolitana globalmente reestructurada.

> Como resultado de esta desaparición de los límites y de la "remundialización" del espacio urbano, es más difícil que nunca desenmarañar de forma "endógena" los llamados funcionamientos internos –económico, social, cultural, político, psicológico–, es decir, lo que está ocurriendo localmente dentro de las fronteras definidas convencionalmente. Las prácticas de la vida diaria, el dominio público del planeamiento y del gobierno, la formación de la comunidad urbana y de la sociedad civil, los procesos de desarrollo y cambio económico, urbano y regional, el ámbito de las políticas urbanas, la constitución del imaginario urbano y la forma en que "la ciudad" es representada, todas están cada vez más afectadas por las influencias y las obligaciones globales, reduciendo de forma significativa lo que podría llamarse autonomía conceptual de lo urbano. La desaparición de los límites de la metrópolis, su expansión en ámbito y escala, en resumen, el incremento de la globalidad, es una característica central de la transición postmetropolitana. (Soja, 2008: 313-314).

Las ciudades se convierten así en lugares de simbolización o representación de la existencia, a la vez que reflejos y cristalizaciones de procesos políticos y culturales. Son espacios de producción, circulación, consumo y reproducción de sentidos socialmente construidos. Ciudades entendidas no únicamente desde su imperativo territorial, ni como la suma de acciones ciudadanas aisladas, sino fundamentalmente como red de interacciones, como trama social que interpela de diversas maneras a actores ubicados históricamente, estructurándolos y siendo estructurados por ella (Varela, 2003: 148).

La ciudad, las ciudades, no son únicamente una realidad física objetiva sino también el producto de nuestra experiencia individual que se enriquece a través de la autorreflexión. La ciudad no se reduce sólo a una entidad empírica, sino que se multiplica en invisibles experiencias personales creadas en la segregación de las impresiones, los estados anímicos, la relación de las ideas y pensamientos (Moya, 2011: 19). Se hace cada vez más necesario estudiar la trayectoria de las ciudades no sólo desde sus expresiones físicas sino también desde los imaginarios y las disputas entre diversos actores sociopolíticos (Gorelik, 2004: 16). Se busca producir una historia que no separe la historia de la ciudad (en términos materiales) de la sociedad (en términos sociales o políticos), sino que sea una historia del modo en que la ciudad, como objeto de la cultura, produce significaciones; es decir, una historia cultural de las representaciones de la ciudad, pero siempre que se advierta –parafraseando a Gorelik– que el modo en que los artefactos urbanos producen significaciones afecta tanto a la cultura como revierte sobre su propia materialidad. Desde esta perspectiva plural se plantean los artículos que configuran este volumen entendiendo la ciudad como punto de encuentro de un denso y plural entramado de relaciones que desde estas "miradas cruzadas" de cada autor nos acercan a la necesaria comprensión de la ciudad como espacio de comunicación.

Bibliografía

Aceves, F. J. (1994). "La ciudad y la comunicación. Apuntes de un encuentro con los urbanistas" en *Anuario de Investigación de la Comunicación*, CONEICC I, México, pp. 129-146.

Amendola, G. (2000). *La ciudad postmoderna. Magia y miedo de la metrópolis contemporánea*. Madrid, Celeste.

Chambers, I. (1990). *Border Dialogues: Journeys in Postmodernity*. London, New York, Routledge.

Choay, F. (1989). "El reino de lo urbano y la muerte de la ciudad" en Dethier, 1994, pp. 23-37.

Gorelik, A. (2004). *Miradas sobre Buenos Aires. Historia cultural y crítica urbana*. Siglo XXI, Buenos Aires.

Martín Barbero, J. (1994). *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación*. Fundarte, Caracas.

Moya Pellitero, A. M. (2011). *La percepción del paisaje urbano*. Biblioteca Nueva, Madrid.

Mumford, L. (1938). *La cultura de las ciudades*. New York: Harcourt. Edición de 1945, Buenos Aires: Emecé Editores.

Sassen, S. (1999). *La ciudad global. Nueva York, Londres, Tokio*. Eudeba, Buenos Aires, 1999.

Soja, E. (2008). *Postmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Traficantes de Sueños, Madrid.

Silva, A. (1992). *Imaginarios urbanos. Bogotá y Sao Paulo, cultura y comunicación urbana en América Latina*. Tercer Mundo Editores, Bogotá.

Varela, A. (2003). *La ciudad. Un posible mapeo de la mirada*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, Buenos Aires.

ÍNDICE ▷

"LA VILA DEL ÓS I LA CIUTAT DELS COMTES". LA VISUALIZACIÓN DE MADRID EN LOS ORÍGENES DEL NACIONALISMO CATALÁN

Carlos Reyero
Universitat Pompeu Fabra

1. Introducción*

Las rivalidades entre ciudades constituyen un lugar común en la narrativa histórica, literaria y visual desde la Antigüedad. Por lo general, se han alimentado de discursos políticos, económicos o culturales, evidentemente impulsados por las aspiraciones concretas de cada una de las partes, que han tratado de prestigiar una urbe frente a otra para inclinar en su favor un conflicto de intereses. En lo que respecta a las diferencias entre Barcelona y Madrid, la controversia ha estado presente en la historiografía y en el debate político contemporáneo de forma recurrente. Parece ser que, desde la perspectiva catalana, *el mito diferencial* empezó a forjarse en los años ochenta del siglo XIX, a partir del "contraste entre la laboriosa Barcelona, capital económica rodeada de fábricas, y el vacío boato de la 'Villa y Corte', centro de un arcaico Estado, cansado e impotente" (Ucelay-Da Cal, 2003: 82).

El desencuentro tuvo un punto de inflexión decisivo en los orígenes del catalanismo, cuando la llamada "cuestión catalana" irrumpió en la vida parlamentaria española. Como se sabe, las ciudades, en tanto que lugares de actuación de las élites culturales, representaron un papel crucial en la construcción de las ideologías nacionalistas, hasta llegar a convertirse en referentes de "la imaginación política" (Ucelay-Da Cal, 2001: 222). Por lo tanto, el enfrentamiento entre Barcelona y Madrid, entreverado siempre de otras aspiraciones, es inseparable de esa circunstancia, lo que explica muchos de los argumentos utilizados.

Resulta sin embargo revelador que los procedimientos persuasivos empleados para defender cada una de esas *opciones urbanas* no fueran comparables, al menos en términos de comunicación metafórica. Fue en Barcelona donde se desarrolló, entre otras estrategias de combate, una mirada específica contra Madrid, su significado y sus símbolos, que el catalanismo político empleó como eficaz arma de ataque[1].

Para entender cómo y por qué el problema se enfocó desde Barcelona en esa dirección es necesario tener en cuenta el papel que se otorgó a sí misma la Ciudad Condal como *cap i casal* de Cataluña: en un debate eminentemente urbano, era la voz legitimada –por su historia, su población, su potencial económico y su singularidad cultural– para reivindicar un protagonismo político del que carecía, frente a *la otra capital*, Madrid, que encarnaba metonímicamente la España castellanizada contra la que combatía el catalanismo. En todo caso, no se trataba entonces de enfrentar Cataluña a España (antes al contrario, se reivindicaba su papel regenerador), sino de oponer la nueva organización estatal deseada desde Barcelona al control centralizador ejercido por un poder anticuado desde Madrid.

* Este trabajo se ha realizado dentro del proyecto de investigación financiado por el MINECO La invención de la ciudad: memoria, visualidad y transferencia cultural en la Barcelona contemporánea (HAR2013-42987-P).

[1] Desde Madrid el enfrentamiento se dirigió contra los catalanes, sus políticos y sus aspiraciones, enarbolando el ideal de una indivisible unidad patriótica y demonizando el separatismo, o incluso acusando a los adversarios de judíos, como hizo Pío Baroja (Mainer, 1997: 49), pero no hubo ninguna preocupación específica por atacar a Barcelona. Desde esta, en cambio, se presentaba la propia ciudad como alternativa al descontento del que se culpaba a los poderes ubicados en Madrid, reforzándose así la idea que "Barcelona encarnaba una manera de ser distinta" (Ucelay-Da Cal, 2003: 84).

En efecto, en tanto que la idea originaria del catalanismo era alcanzar un poder político diferenciado dentro del Estado, cuya fuerza principal estaba en Barcelona, relegada al mero papel de una capital provincial más en el organigrama diseñado desde el centro peninsular, no se visualizó España como enemigo, ni tampoco las otras ciudades y regiones, sino Madrid, a quien se culpó de haberse *apoderado* de España. Al presentar un combate entre *capitales*, las fuerzas se equilibraban[2].

El imaginario antimadrileño que floreció en Barcelona a partir de finales del siglo XIX se nutrió de toda la prosopopeya catalanista de la época[3]. Las imágenes constituyen una parte singular de aquel imaginario que, paradójicamente, se presta poco a la dispersión imaginativa porque son muy concretas, ya que están ligadas a situaciones vividas en momentos determinados y se construyen con elementos precisos que no admiten dudas sobre su intencionalidad. Su carácter deslegitimador es inseparable del soporte en el que se dieron a conocer: la prensa satírica ilustrada o la tarjeta postal. Por eso, conforman un universo propio que no ha de verse como mera ilustración de un discurso teórico construido previamente con palabras, por más que sea paralelo a él ni pueda ser explicado al margen, sino como reacciones visuales a un estado de ánimo y como armas de combate.

Aunque el problema de la sátira política es complejo (McGlade, 2013: 20-46), hay dos aspectos que interesa destacar de las imágenes tratadas aquí. Por un lado, su contundencia, que ha de entenderse en el marco de la expresividad del lenguaje político, donde no caben los matices del debate: poseen un gran poder de provocación, que incita al conflicto, aunque también generan una cierta insatisfacción, porque nunca acaba de resolverse la negatividad que encierran. Por otra parte, las imágenes tienen una *vida* distinta de los textos: por la naturaleza del soporte tienden a interpretarse como efímeras, pero analizadas en una secuencia temporal revelan una obsesión por determinados aspectos que llegan a convertirse en tópicos, más allá de las causas concretas que los motivaron.

2. Madrid, el poder opresor

La idea que desde la capital del Estado se actuaba política, jurídica o económicamente con descuido o en contra de las legítimas aspiraciones de quienes vivían en Barcelona y en Cataluña está muy presente en la prensa satírica desde fines del siglo XIX. En ello tuvieron que ver conflictos como el del *Dret Català*, que acabó con un nuevo Código Civil, aprobado finalmente en 1888, o las negociaciones comerciales del gobierno con países europeos que perjudicaban a los industriales catalanes. Madrid representa un poder encaminado a la acaparación y la destrucción.

En *Lo Nunci* (9/4/1881), un semanario humorístico editado entre 1877 y 1883, se publica una ilustración a toda página con el título *De Madrit vindran que tot ho voldran*, que representa a una multitud dispuesta a derribar el árbol catalán, "un arbre que fa massa sombra", según se lee al pie.

En *La Tramontana*, "periòdic vermell", como advierte su cabecera, fundado y dirigido por el catalanista libertario Josep Llunas i Pujals, y publicado entre 1881 y 1896, encontramos referencias explícitas al mal causado por Madrid. El 1 de setiembre de 1882 se incluyen dos ilustraciones contrapuestas bajo el epígrafe "Cosas de Madrit". En la superior se ve un torero –que representa la famosa escultura de *El torero herido,* de Rossend Nobas– con el pie "Lo que'ls preocupa: *La mort de un torero*", que se enmarca en la utilización de toros y toreros como iconos de deslegitimación del españolismo (Martín Corrales, 1998: 259). En la inferior, una figura femenina yacente que alude a la industria sobre un paño mortuorio con las divisas de Castilla y León, se lee: "Lo que no'ls preocupa" (Esta figura guarda extraordinario parecido con el dibujo *La monja muerta*, de Antoni Fabrés, de 1890, MNAC). El 20 de Junio de 1888, en portada, una ilustración titulada "La fogata madrilenya", culpabiliza a Cánovas y Sagasta de encender en "la coronada vila" la hoguera en la que va a arder, entre otros bienes, el comercio de Barcelona.

En *La Campana de Gracia* –semanario satírico republicano y anticlerical, editado entre 1870 y 1934, inicialmente más interesado en la política nacional que en la catalana– se publican en 1899

[2] La idea de la *Catalunya-ciutat* que hacia 1910 "se trasformó en cliché" vino a demostrar "hasta que punto se había enraizado la noción de ser capital" (Ucelay-Da Cal, 2001: 239).

[3] Jaume Collell i Bancells, un mosén amigo de Verdaguer, hablaba en 1899 de "las ranas periodísticas del Manzanares"; Francesc Cambó, en 1906, culpaba a "los políticos de Madrid" de no permitir las ilusiones de Cataluña, cuya "síntesis completa" es Barcelona, "la ciudad de todos los catalanes"; el médico y articulista Josep Maria Roca i Heras sostenía que Cataluña estaba enferma de "madriditis", que identificaba con tener "la cabeza llena de agua turbia del Manzanares", por lo que había que huir "de esos químicos de Madrid"; Prat de la Riba sostenía que "la verdadera capital" lo es "por las corrientes naturales de la vida social, no por la acumulación forzada, por un agente externo como los decretos del legislador", en clara alusión a Madrid; el poeta Joan Maragall consideraba en 1897 que "el centro intelectual de España no tiene significación alguna ni eficacia actual dentro del movimiento de ideas del mundo civilizado" y esperaba librarse "del teatro y de la prensa de Madrid"; el periodista Pere Aldavert sostenía en 1904 que "el enemigo lo tenemos en Madrid"; el jurista Pedro Estasén remitía en 1900 "a las ventajas concedidas siempre a la villa y corte de Madrid, a los privilegios de que disfrutaba la capital, a la centralización, al expedienteo" para justificar el catalanismo (Ucelay-Da Cal, 2003: 148, 155, 157, 179, 254-256, 265 y 488).

dos ilustraciones satíricas que tratan de visualizar en términos de clase y de raza la agresividad de Madrid contra Cataluña. En la primera, Madrid está personificada en una vieja y abusadora aristócrata, a cuya opulenta mesa acuden humildes "las provincias", encabezadas por Cataluña, que toma la palabra para decirle que, si no trabaja y cambia de vida, se acabó lo que se daba (21/10/1899).

Fig. 1 – Madrid y las provincias. Fuente: *La Campana de Gracia,* 21 de octubre de 1899

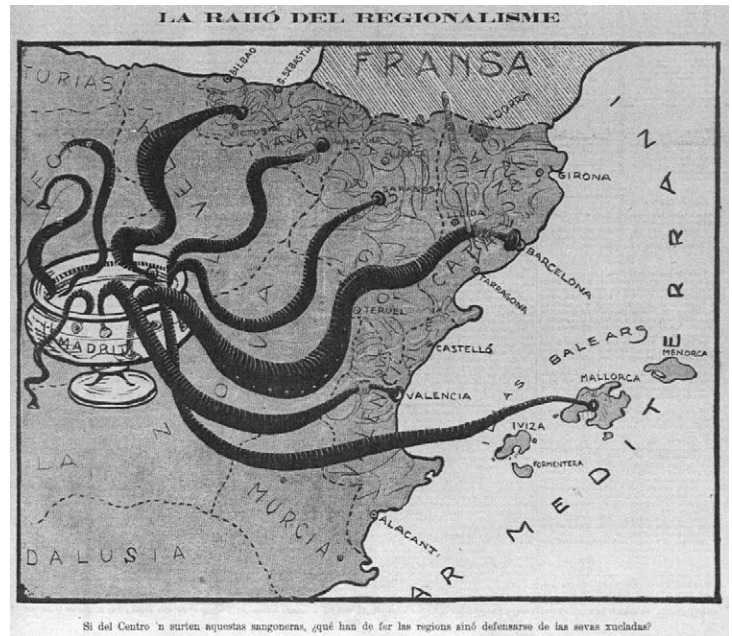


Fig. 2 – La razón del regionalismo. Fuente: *La Campana de Gracia*, 28 de julio de 1906

En la otra, una personificación del periódico *El Imparcial* pinta de negro a las provincias catalanas, en alusión a lo que se había publicado en Madrid acerca de cómo habían de ser tratados los catalanes (16/12/1899).

3. Animales para decirlo: pulpos, sanguijuelas, osos

Los animales son muy habituales en la sátira política. En *La Tramontana* (22/1/1881) aparece el pulpo como metáfora de la opresión centralizadora de Madrid[4]. Ha de relacionarse, sin duda, con la jerarquía urbana impuesta por la capital y, específicamente, con la estructura radial de carreteras[5]. En ese mismo sentido se evoca a Madrid como un nido de sanguijuelas, que chupan la riqueza de las regiones (*La Campana de Gracia*, 28/7/1906).

Es muy significativo que esta imagen se centre solo en el noreste peninsular, donde la silueta de cada región está ocupada por una personificación. Al igual que el tentáculo del pulpo, cuyas ventosas parecen también chupar, tiene connotaciones fálicas, que sugieren un dominio sexual masculino.

En virtud de su presencia en el escudo heráldico de Madrid, el oso es el animal que con más frecuencia caracteriza a la capital. Lo encontramos en una ilustración firmada por Joan Pellicer i Montseny (1863-1914) y aparecida en *La Esquella de la Torratxa* (4/12/1903), publicación centrada en la vida municipal y dirigida a una emergente clase media. Alude al proyecto de ley destinado a conceder una subvención anual de 2.000.000 de pesetas al Ayuntamiento de Madrid, lo que fue muy criticado[6].

[4] La monstruosidad del pulpo, como forma viscosa y cambiante, con toda su capacidad de aprisionamiento angustioso, está muy presente en el imaginario del siglo XIX, entre otros medios a través de las ilustraciones *Veinte mil leguas de viaje submarino*, de Julio Verne, cuyas ediciones se difundieron desde muy pronto. En la caricatura política ha tenido un uso relativamente frecuente, una nación que domina sobre otra u otras; un sistema económico, como el capitalismo, que todo lo devora; una ideología, como el fascismo, que todo lo destruye; un servicio de espionaje, que todo lo escudriña; una multinacional, un grupo de influencia y otras más; o, como, aquí, un poder estatal que oprime. Es la imagen de un poder centralizado, vampírico, que llega a toda partes a través de los tentáculos y se agarra con las ventosas como si succionase (Moncelet, 2003: 52). El poeta belga Émile Verhaeren –relacionado con España a través de su amistad con el pintor Darío de Regoyos– publicaría en 1895 *Les Villes tentaculaires*, donde habla del crecimiento de la ciudad a costa del campo, recurriendo a la metáfora tentacular del pulpo.

[5] El llamado "kilómetro cero", inscrito una placa situada en la Puerta del Sol de Madrid, es, con frecuencia, una metonimia de la capital, interpretada como "una vocación de abarcarlo todo, de interpretarlo todo desde ese kilómetro cero (…) ordenarlo todo, definirlo todo", a partir de la cual, "quedó definido algo que marcaría toda la historia colectiva y se resume en la frase 'Madrid y la periferia' o 'Madrid y provincias'" (Riviére, 2000: 34-35). Joan Vallés, presidente de la Diputación de Barcelona y consejero de la Mancomunitat, ya había sostenido que el Estado era el pagador de todas las necesidades de Madrid: el hecho de que las calles de la capital sean parte de las carreteras radiales obligaba a que se asignase financiación en los presupuestos generales del Estado para su conservación (Bastons-Busquets, 2003: 173).

[6] Se dijo que "cuando se trata de Madrid, a nuestros políticos toda generosidad les parece poca" (*La Vanguardia*, 15/11/1903). El oso está representado con la corona

No todas las imágenes del oso madrileño encierran la misma agresividad. Algunas son cómplices[7], mientras otras sugieren que su fiereza puede aplacarse: el 25 de Abril de 1912 se publicó en el *¡Cu-Cut!* una viñeta titulada *La música amanséix les feres*, obra de Joan Llaverias i Labró (1865-1936), donde se representa a Lluís Millet, fundador del *Orfeó Català*, como Orfeo, entre un grupo de animales, entre los cuales se encuentra el oso. Aunque no se aplacó: el dibujo provocó un gran escándalo, y el Centro Madrileño se sintió ultrajado y la revista fue suspendida (Capdevila, 2012: 51-53).

Fig. 3 – La cuestión de los dos millones. Fuente : *La Esquella de la Torratxa*, 4 de diciembre de 1906

4. Aquí está, la Puerta de Alcalá

Edificios y monumentos no sólo funcionan como símbolos de las ciudades donde se ubican sino también como metonimias visuales: ante ellos evocamos la ciudad misma. El Palacio Real y el Congreso de los Diputados[8] encarnan un poder ubicado en Madrid, desde luego, pero, como ciudad, "pensar en Madrid es hacerlo en la Puerta de Alcalá" (Rivière, 2000: 234). Es el icono de la capital por encima de cualquier otro. Por eso, su utilización propagandística en el espacio urbano barcelonés, como arquitectura efímera, evoca un descarado flirteo con el poder capitalino.

Es lo que sucedió el 13 de mayo de 1897 para solemnizar el desembarco en Barcelona, procedente de Filipinas, del capitán general Camilo García de Polavieja, en quien las autoridades locales confiarían para establecer una relación privilegiada "con las fuerzas vivas de España" y con la Corona, a través de Joan Sallarés i Pla, presidente del Fomento del Trabajo Nacional (Ucelay-Da Cal, 2003: 170 y 463). El arco, oficialmente dedicado al Comercio, la Industria, la Agricultura y la Navegación, contenía placas dedicadas a la familia real, al gobierno y al general, por el lado que daba al mar, y, por el opuesto, a la gratitud de Barcelona[9].

La Esquella de la Torratxa publicó dos viñetas satíricas sobre el monumento, que parece deben interpretarse como una voluntad explícita de desmarcarse no solo de su significado estético, sino también político. En una de ellas, una personificación de Barcelona le dice al arquitecto que ha debido de quedar descansado "després d'haver rumiat *això*!" (28/3/1897); en la otra, donde se ve a Falqués cargando con la puerta, le dice que se la lleve a la plaza de Cataluña (25/6/1897).

5. Una villana ante una señora

En una página de *La Campana de Gracia* del 22 de marzo de 1885 aparecen cuatro viñetas bajo el título *Política Madrilenya*, en las que se hace una sátira de la actividad ministerial, frente a los intereses catalanes. La situada en la parte superior derecha representa a una recatada muchacha, que encarna a Cataluña, ante una cigarrera, que le dice: "No llores tontuela. Mira yo, lo he *lograo tóo*, siendo amiga del ministro y echando la casa por la ventana". La mujer *madrilenya* hace gala de sus *armas de mujer*, mientras la prudente Cataluña no sabe engañar al gobierno. Madrid es una aprovechada, Cataluña una infeliz.

real, frente a la doncella, con la corona condal, uno de tantos testimonios de esa "división de Coronas `real y condal'", doble nación y doble capital, que "reflejaba con comodidad el dualismo Madrid-Barcelona" (Ucelay-Da Cal, 2003: 442 y 689).

[7] Por ejemplo, la que aparece en la portada de *La Campana de Gracia* el 14 de mayo de 1910, firmada por *Picarol*, pseudónimo de Josep Costa y Ferrer (1875-1971), dibujante asiduo y muy popular. Alude a la coalición de partidos republicanos que logró superar a la Lliga en las elecciones del 8 de mayo, en las que Canalejas alcanzó el gobierno. También se percibe complicidad con Madrid en un ilustración del *¡Cu-Cut!* (10/1/1914), en relación con la posibilidad de que el Decreto de Mancomunidades Provinciales de 1913, que daría lugar a la Mancomunitat de Cataluña, hiciese posible una entidad similar en Castilla. Igualmente en una de Ricard Opisso i Sala (1880-1966). dibujante y pintor en el entorno modernista, formado en París, aparecida en *La Esquella de la Torratxa* (9/3/1923), donde se hace referencia al problema del pistolerismo, que también sufría la capital (Capdevila, 2013: 203); o en otra de *Papitu* (5/11/1936), firmada por *Apa*, pseudónimo de Feliú Elias i Bracons (1878-1940), concebida durante la Guerra Civil.

[8] El hecho de que la vida política española estuviera centrada en el parlamento "que funcionó a gran distancia de la interacción social diaria", proporcionó una gran importancia a los ayuntamientos y diputaciones, en quienes recaía una responsabilidad pública (Ucelay da Cal, 2001: 232). En el caso de Barcelona, los edificios que albergaban las dos instituciones –y muy especialmente el Ayuntamiento– tuvieron un gran papel en el imaginario político.

[9] Levantado en el Portal de la Pau, entre el monumento a Colón y el comienzo de las Ramblas, fue diseñado por Pere Falqués (1850-1916), arquitecto municipal de Barcelona desde 1889, con quien colaboraron el escultor Manel Fuxà (1850-1917), autor de varios monumentos barceloneses, y el escenógrafo Félix Urgellés (1845-1919), pintor que alcanzaría renombre por su importante actividad como decorador teatral. En su construcción participaron entre 140 y 200 obreros, que trabajaron durante 8 días, y su coste alcanzó las 60.000 pesetas. A pesar de tal esfuerzo, estaba inconcluso cuando Polavieja y su séquito pasaron bajo él, como se ve en algunas fotografías (*La Ilustración Artística,* 24/5/1897: 340).

Una de las consecuencias visuales de la percepción de Madrid, como capital que disfruta del poder, frente a Barcelona, que cree merecerlo[10], es el uso de la alegoría para caracterizarla a imagen y semejanza suya: como mujer. Pero dos mujeres muy distintas.

En Barcelona, la personificación alegórica femenina para caracterizar la ciudad tiene una larga tradición, tanto en el espacio urbano, con vocación de permanencia, como en la ilustración gráfica y en otros soportes visuales. Aunque a lo largo del tiempo incorporó numerosas variantes en cuanto al tipo, indumentaria y atributos, en parte relacionadas con la función y el lugar donde aparecía representada, la más común en las revistas ilustradas es la de una doncella vestida y peinada a la moderna, a veces con rasgos señora burguesa, que ciñe la corona condal y el murciélago del rey Jaime I, y tiene un comportamiento propio de una mujer de su tiempo.

Para *dialogar* con Madrid era necesario *inventarse* una figura similar. No hay que olvidar que Madrid fue construido desde Barcelona como un espejo en negativo de los valores que aspiraba a encarnar Barcelona. Tenía por lo tanto la necesidad de visualizar la contrafigura a partir de sí misma.

Las personificaciones femeninas de Madrid son más bien escasas[11], mientras que fueron muy abundantes en la capital las de España y las provincias. Por lo tanto, Madrid no se vio a si misma del mismo modo que Barcelona, una entidad urbana singularizada, sino que se mantuvo fiel a la condición histórica de *villa y corte*, sede de las instituciones del gobierno, donde lo importante era el imaginario español y no el imaginario local. Ello deriva de su condición de capital antes que ciudad, a la inversa de Barcelona (Rivière, 2000, 59, 76 y 186), lo que implica que *el hecho diferencial* de Madrid, su idiosincrasia, se diluya en la idea unitaria de España.

La condición de villa invita a caracterizarla como *villana*, frente a una Barcelona ciudadana, cosmopolita y burguesa, orgullosa de su título condal[12]. La asociación de Madrid con el españolismo uniformador completa su imagen con los tópicos del andalucismo, el sainete y la zarzuela, de los que aquel se nutre. Una ilustración de Josep Lluís Pellicer i Fenyé (1842-1901), dibujante y pintor, que tuvo una presencia importante en la vida política y artística barcelonesa de su tiempo, publicada en *La Campana de Gracia* (27/6/1886) visualiza ese imaginario. El *Modus Vivendi* del título hace referencia a Madrid, identificada tanto en el escudo de la pared, como en la muchacha que baila pisoteando las provincias, con el aplauso de Sagasta y el consentimiento del inglés, mientras los catalanes están hartos. La imagen se inserta en la animadversión hacia el andalucismo y sus representaciones, en particular los toros –a los que se aluden en un cartel al fondo– y el flamenco, como prácticas extrañas al catalanismo (Martín Corrales, 1998: 256-259). No escapa a esta animosidad el *xulisme* del sainete y la zarzuela[13]. Cabe recordar que la caracterización más típica de la chula madrileña procede de un chotis de *Cuadros disolventes*, obra de Guillermo Perrín y Miguel de Palacios, con música de Manuel Nieto, estrenada en Barcelona en el Teatro Eldorado el 15 de diciembre de 1986, con decoraciones de Urgellés: "Con una falda de percal planchá / Y unos zapatos negros de charol / Por esas calles va la gracia de Dios / Con el pañuelo colocao". La música de aquel chotis fue tocada por el Regimiento de Navarra, en el Paseo de Gracia, cerca de la Gran Vía, el lunes 11 de julio de 1898, según recoge *La Vanguardia* de ese día. En el repertorio de la banda, que volvió a actuar días después en el parque de la Ciudadela, también figuró el pasodoble titulado *Polavieja* (*La Vanguardia,* 14/7/1898).

Las dos mujeres –las dos ciudades– aparecen frente a frente en una viñeta de *La Esquella de la Torratxa* (9/12/1904), bajo el título *La vila del ós i la ciutat dels comtes*, a propósito de tiempo invernal: la apariencia de cada una refuerza un imaginario urbano contrapuesto, en una clara superioridad de la "noble Barcelona", como es llamada por Madrid, frente a la populachera capital.

Cierto que no siempre el encuentro de las dos ciudades se caracteriza de forma tan dispar. En una pequeña viñeta aparecida En *La Campana de Gracia* (30/8/1902), firmada por Ramon Miró i Folguera (1864-1927), dibujante que se dedicaba a rellenar huecos (Solá, 2005: 218), las personificaciones de ambas ciudades se saludan con educación y elegancia, como señoras de la alta

[10] Quizá esa condición de Barcelona como "una ciudad sin poder" (Rivière, 2000: 115) haya de ponerse en relación con la fortuna de la personificación femenina barcelonesa, que a partir del fin de siglo, y sobre todo en la prensa satírica, tiene algo de *mestressa*, regente de un gobierno relativo, como de señora de la casa.

[11] Hay alguna famosa, como la *Alegoría de la Villa de Madrid* (Museo de Historia de Madrid), de Francisco de Goya, y otras más, como la joven madrileña, con traje popular, que sujeta el escudo de Madrid en el monumento a Mesonero Romanos (Jardines del arquitecto Ribera), de Miquel Blay, por ejemplo.

[12] En Barcelona el cosmopolitismo es dogma de fe, en gran parte para diferenciarse de Madrid (Rivière, 2000: 186). No obstante, desde el españolismo también se ironiza contra "la Barcelona de hoy, la gran ciudad advenediza, exagerada y pomposa, un poco basta, sin refinamiento histórico, casi adaptada a lo mediocre europeo" que no puede aceptar "un regionalismo aldeano, un patriotismo nacionalista", en palabras de Luis de Zulueta (Ucelay-Da Cal, 2003: 455).

[13] Joan Maragall proclamaba en 1895 "una guerra a mort al género chico. No ens hem de cansar de dir i de fer córrer la idea de que el flamenquisme y el xulisme són el salt endarrera d'una raça decrèpita que, de més a més, no és la nostra" (Mainer, 1997: 45).

Fig. 4 – La villa del oso y la ciudad de los condes. Fuente : *La Esquella de la Torratxa,* 9 de diciembre de 1904

sociedad, aunque Madrid se adivina más soberbia y ostentosa, con "El Evangelio" en la mano, la verdad de la que el gobierno de Sagasta no va a apartarse[14].

6. Madrid en masculino: entre el pueblo y los viejos políticos

Aunque el sexo de las ciudades resulta difícil de determinar, intuimos que existe. Es abrumadora la coincidencia en considerar masculina a Madrid –el plural *los madriles* es inequívoco– mientras la Ciudad Condal es percibida como femenina: "Hay muchas Barcelonas", se repite con frecuencia. La encarnación de Madrid en un oso refuerza esas mismas connotaciones, según se ha visto.

El caso es que tipos populares como políticos cortesanos personifican con frecuencia a Madrid. Entre los primeros, destaca, por infrecuente, la presencia de un madrileño, vestido como un chulapo de zarzuela, con la gorra ajustada y el bigote, entre representantes de otros lugares, cada uno con su bandera, en

Fig. 5 – Insidias fraternales. Fuente: *La Esquella de la Torratxa*, 4 de septiembre de 1908

una viñeta firmada por Picarol, alusiva a las ciudades que votaron por la candidatura republicana en las elecciones celebradas el 10 de setiembre de 1905 (*La Campana de Gracia,* 23/9/1905).

Por lo general frente a una femenina Barcelona, con todas las implicaciones que este papel sexual encierra, Madrid se reafirma en su masculinidad. Ninguna es tan evidente como una viñeta de *La Esquella de la Torrratxa* (4/9/1908), donde un elegante madrileño, *el hombre capital*, cree que Barcelona quiere lo que él es, a lo que ella responde, irónicamente, que prefiere ser capitalista. En todo caso, no es una escena galante, sino de "insidias fraternals", según reza el título.

Pero Madrid es, por excelencia, la ciudad de los políticos[15]. Pocas veces fueron vistos desde Barcelona como un ejemplo útil para Barcelona. Caso raro es el que presenta al Gobernador Civil, Alberto Aguilera, haciendo una limpieza en el Ayuntamiento de la capital[16], lo que ve con buenos ojos una Barcelona necesitada de una misma tarea para corregir su déficit (*La Campana de Gracia,* 24/8/1889).

Lo habitual es que queden ridiculizados. Como un trasnochado embaucador se presenta el gobierno ante una madura Barcelona, cuya caracterización parece avalar el mito de "una vieja y escéptica señora" (Rivière, 2000: 232), en una ilustración de Joan Llopart i Tresserres (1858-1937) publicada en *La Esquella de la Torratxa* (29/9/1905).

Otras veces Madrid aparece distante y ajeno, como en la viñeta de *Picarol* publicada en *La Campana de Gracia* (21/11/1908) con

[14] Alude a un mitin que se celebró en el teatro de los jardines del Retiro de Madrid el domingo 24 de agosto de 1902, "a fin de solicitar el restablecimiento de las garantías [constitucionales] en Barcelona", para lo que se desplazó a Madrid el concejal de la minoría republicana del Ayuntamiento de Barcelona Odón de Buen (*La Vanguardia*, 23/8/1902). Estaba previsto que el Consejo de Ministros tratase la cuestión el lunes, a la llegada del general Weyler a Madrid. El mitin despertó gran expectación: "en las puertas había mesas petitorias a favor de los carpinteros y constructores en huelga"–Pablo Iglesias pronunció un discurso "a favor de la clase obrera" (*La Vanguardia,* 25/8/1902)–. La ley de Garantías Constitucionales había sido suspendida por el Gobierno Sagasta en Barcelona el 19 de Febrero de 1902 y derogada el 29 de enero de 1903 por el gobierno Silvela.

[15] Valentí Amirall escribió en 1889 que Madrid "está habitada por una gran multitud de desocupados de trato accesible, ligeros y burlones y muy amantes del placer (…) han acabado por considerar al país como un feudo y a los trabajadores de las provincias como villanos a quienes pueden gravar y hacer mover a su antojo (…) Madrid vive de la política" (Baston-Busquets, 2002: 159-161).

[16] La prensa de Barcelona informa de la inspección hecha por Aguilera al Ayuntamiento de Madrid exigiendo responsabilidad por hechos no ajustados a la ley (*La Vanguardia,* 1/8/1889).

Fig. 6 – Entre Madrid y Barcelona. Fuente: *La Campana de Gracia*, 21 de noviembre de 1908

Fig. 7 – Feliu Elias, Apa, Consulta, ca. 1913, tarjeta postal. Fuente: colección particular

motivo de las elecciones parciales que se iban a celebrar en Barcelona unas semanas después.

La idea de que es Barcelona quien permanece firme en su línea, frente a Madrid que aguanta el tipo o recoge lo que le llega, está muy presente en el imaginario de las dos ciudades[17]. Muy segura se presenta también Barcelona a la hora de expulsar a Madrid al gobernador de civil, Frederic Carles Bas –de quien se popularizó la frase "Qué fas que no te'n *bas*"– en un dibujo de Opisso publicado en *La Esquella de la Torratxa*, 12/11/1920).

7. Madrid, enferma y decadente

La idea que el catalanismo representa la savia vivificadora que necesita el Estado para superar su decadencia constituye un pensamiento político muy extendido. Una tarjeta postal (ca. 1913) firmada por *Apa* presenta a Cataluña y a España enfermas. Esta tiene el escudo de Madrid sobre la cabecera, en una clara identificación de su mal con el de la capital. Se resiste a tomar cualquier medicamento, por lo que los doctores que la atienden sugieren que hay que salvar a la hija y dejar a la madre.

El imaginario de la decadencia recorre, como se sabe, toda la cultura finisecular. Este discurso llegó a ser argumentado en términos raciales, con consecuencias políticas: frente a la *degeneración* de Madrid se impone la superioridad de los catalanes, sobre cuya singularidad teorizó, entre otros, Pompeyo Gener[18]. En ocasiones, la decadencia se asocia con el afeminamiento masculino[19], opuesto a la virilidad, término empleado con sentido positivo en todos los discursos regeneracionistas. Esta forma de decadencia fue caracterizada a través de una inversión de los rasgos que definían la apariencia sexual del varón[20]. Una viñeta publicada

[17] Un cartel publicitario de transportes de 1933 pinta al barcelonés como quien toma el impulso, mientras Madrid para el golpe (Giralt Radigales, 2008: 428). También se ha comparado la pose de Colón en su monumento de Barcelona, "en el que el Almirante señala con el dedo, arqueándose para convertirlo en punto de flecha, todo lo que a partir de ese mismo día será suyo", con el de Madrid, "donde el marino genovés abre sus brazos a la riqueza que desde ese preciso instante pillará *a saco paco*" (Nacach, 2010: 45).

[18] Nada tienen que ver con la raza "que ocupa del Ebro al Estrecho (…) presemita y aun mongólica (gitana) (…), que proporciona la mayor parte de funcionarios, de adeptos, y de gente que acata y sufre resignada esa máquina dificultativa del funcionalismo administrativo-gubernamental" (Ucelay-Da Cal, 2003: 272).

[19] Debe diferenciarse la simple feminización, como burla, a través de la indumentaria o del nombre, del amaneramiento decadente propiamente, dicho aunque hay algún caso agresivo: por ejemplo, en una caricatura política de *La Tramontana* (27/9/1889), Cristino Martos, presidente del Congreso de los Diputados, ronda en vano a Antonieta Martínez Campos, Manolita Zorrilla, Matea Sagasta, Segismunda Moret, Paquita Robledo y Arsenia Martínez Campos, comadrona. La *desvirilización* del adversario político, como estrategia de deslegitimación, ya se encuentra en la caricatura decimonónica –contra el rey Francisco de Asís, por ejemplo– pero adquirió impulso a raíz del escándalo protagonizado por Philip von Eulenberg en 1907, íntimo amigo del káiser Guillermo II y acusado de tener relaciones homosexuales con distintos personajes de la corte berlinesa, momento en el que el llamado *vice allemand* aparece en la caricatura política francesa (Le Naour, 2001: 114).

[20] Armand Dubarry había publicado a fines del siglo XIX *Les invertis*, que llegaría 25 ediciones en 1900 y aún tuvo más, donde atribuía esa orientación al vicio y a la degeneración racial. Su subtítulo, *Le vice allemand*, revela la carga política que encerraba este tipo de deslegitimación.

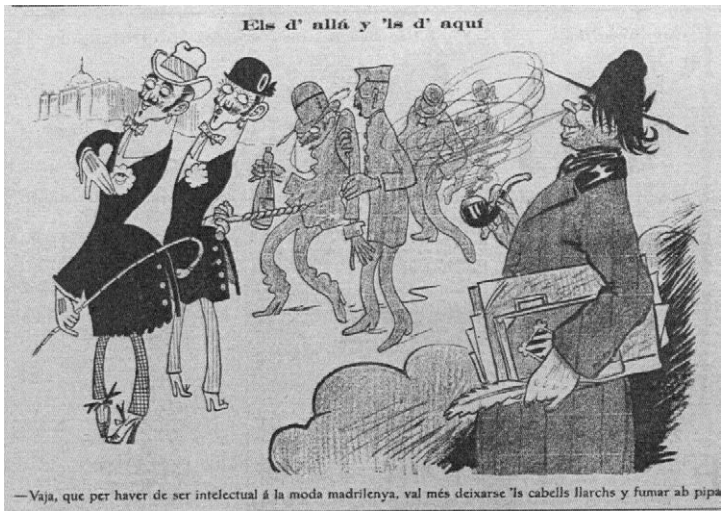


Fig. 8 – Los de allá y los de aquí. Fuente: *La Campana de Gracia*, 30 de noviembre de 1907

en *La Campana de Gracia* (30/11/1907) presenta a los madrileños como borrachos y, sobre todo, como amanerados[21]. El barcelonés en cambio asume, *como menos mala,* su condición bohemia, inequívocamente viril[22].

La inversión sexual es aun más explícita en otra viñeta referida a la *senyora Benavente*, a propósito de la zarzuela *Todos somos unos* (*La Esquella de la Torratxa*, 6/12/1907), a cuya hipotética condición el barcelonés escapa.

8. Metáforas futbolísticas

Como se sabe, las identidades futbolísticas esconden, en todo el mundo, otro tipo de rivalidades (Magazine-Ramírez-Martínez, 2010: 157). En el caso del Real Madrid y del F.C. Barcelona, se han atribuido al franquismo[23]. En todo caso, la representación de la ciudad que ostenta el F.C. Barcelona va mucho más allá de lo imaginable[24] y, por supuesto, el antagonismo político que sugieren los partidos de fútbol contra el Real Madrid arranca de tiempo atrás.

Así se percibe en una viñeta del *¡Cu-Cut!* (5/1/1910), firmada por Ismael Smith i Marí (1886-1972), donde se anuncia un partido de fútbol, Madrid contra Barcelona, como un "acontecimiento sensacional", cuando es algo de lo que "no'n fa poch de temps que'l *disfrutem*", según se lee al pie[25].

Desde 1917 el F.C. Barcelona estuvo muy asociado a los acontecimientos políticos vividos en Cataluña, acusado de catalanismo tanto por la prensa madrileña como por las entidades patrióticas (Artells, 1972: 108-109). En *La Campana de Gracia* (7/10/1922) los protagonistas de un supuesto partido de fútbol entre Madrid y Barcelona son los políticos, con Francesc Macià llevándose la pelota, mientras un oso defiende la portería del Madrid y una barretina la del Barcelona.

9. Barcelona-Madrid, paralelismos desde el *Paral·lel*

El 6 de Julio de 1922 la compañía de zarzuela de Enrique Beut estrenaba en el Paralelo la revista *Qué es gran Barcelona!*[26], protagonizada por Avelino Garcerán en el papel de Nandu, "acapdalat pagès" de Llofriu, que encarnaba el prototipo de paleto llegado a Barcelona, donde pasa por diversas situaciones cómicas, entre el asombro y la burla[27]. Incluía varios números de exaltación

[21] No es el único testimonio: en una crónica de Tánger, publicada en *La Época* (28/3/1906) durante el conflicto hispano-marroquí, se habla de "algún chulo de procedencia madrileña, a juzgar por su típico pantalón de odalisca (por lo de odalisca está aquí en carácter)".

[22] Al respecto se ha hablado de la barba como un elemento diferenciador entre las dos ciudades, "la de los políticos y poderosos madrileños, preferentemente cuadrada; la de los barceloneses, más salvaje, estilo Papá Noel" (Rivière, 2000:118). A este imaginario responden tanto los tipos raciales del fin de siglo, representados en pintura y escultura, como personajes de la ilustración gráfica, el enano del *Cu-Cut* o *l'Avi Barça*, por ejemplo. El orgullo bohemio de Barcelona tiene que mucho que ver con el papel que se otorgó a sí misma de 'anticapital', "sobre la que gravitaba todo lo que había de protesta" (Ucelay-Da Cal, 2003: 673). También ha de relacionarse con la apariencia del judío, duro calificativo con el que eran acusados los catalanes desde Madrid (Mainer, 1997: 50).

[23] "Los blancos representan la España castellana unitaria y autoritaria, [mientras] los azulgranas acentúan cada vez más (…) su perfil catalanista y demócrata" (Gómez, 2007: 59).

[24] Rivière, 2000:180. Se cuenta que Josep Lluís Nuñez, como presidente del Futbol Club Barcelona, dijo ante el alcalde Pasqual Maragall: "Barcelona, esta ciudad que lleva el nombre de nuestro club" (*La Vanguardia* (12/6/2010). Una representación del club acude cada 11 de septiembre, junto a los partidos políticos, a realizar la ofrenda floral delante del monumento a Rafael Casanovas

[25] El anuncio se refiere al partido jugado en Barcelona contra la Sociedad Gimnástica Española, de Madrid, el 2 de enero de 1910. Ganó el F.C. Barcelona por 5 a 3. En la prensa se describe como un gran acontecimiento "bajo el punto de vista inter-regional", gracias al cual "se han suavizado asperezas y logrado por tal medio lo que quizás, realizado de otra forma, y época no lejana, hubiérase creído irrealizable o expuesto al menos", y en el que "los jugadores de ambas capitales españolas reuniéronse en fraternal banquete" (*La Vanguardia,* 4/1/1910: 5). Los comentaros siguen en los días siguientes: "Barcelona, la ciudad de los condes, la bella, la grande e inmejorable ciudad deportiva, ha dejado tan grato recuerdo en el ánimo de aquellos once atletas madrileños, que, según declaración de los mismos al despedirse, sentían no poder permanecer por más tiempo entre nosotros, admirados de la rudeza y carácter crudo de los catalanes, que les han dispensado un recibimiento como no lo creyeran jamás, ni se les había dispensado aún en ciudad alguna de las que han visitado. Ellos han dejado también entre nosotros gratísimo recuerdo" (*La Vanguardia,* 7/I/1910: 3).

[26] Escrita por Manuel Fernández y música del maestro Juan Antonio Martínez, fue estrenada en el Teatro Cómico, uno de los lugares más emblemáticos del Paralelo barcelonés en aquellos años, situado entre las calles Tapioles y poeta Cabanyes.

[27] La obra está escrita en catalán y castellano. Nandu y los de pueblo se expresan en catalán, pero, en general, los barceloneses, tanto los personajes de los bajos fondos –el limpiabotas, la vendedora de lotería o de periódicos, la pobre o la ti-

del madrileñismo españolista[28], connotación que acompañó sus representaciones[29]. Tras el reconocimiento cosechado en Barcelona, se prepara la versión madrileña del espectáculo. El protagonista ahora se llama Jacinto Cabezón y Cabecilla, es originario de un pueblo de Soria y la acción se traslada a la Villa y Corte, titulándose *¡Es mucho Madrid!* (pronunciado con zeta final en la obra)[30]. Las implicaciones políticas y las rivalidades urbanas que acompañaban a la obra estuvieron presentes en la prensa a lo largo de su representación en la capital[31].

La *doble naturaleza* de esta revista nos permite ahondar en el imaginario contrapuesto de las dos ciudades. Algunas modificaciones resultaban más o menos inocuas o previsibles[32]. Pero el *trasplante* de Barcelona a Madrid fue más allá de una mera traducción o un cambio de escenario. La divergencia más relevante se encuentra en el momento final del espectáculo. En Barcelona, un personaje identificado como *el català* habla en su lengua a Nandu de "la Barcelona que treballa, la Barcelona industrial, la Barcelona orgullo d'Espanya", frente a "lo dolent, lo podrit, lo enfangat", que perciben los visitantes, y se ofrece a mostrarle la "Barcelona que tothom enveja". Entonces aparece un decorado con la Exposición de Industrias Eléctricas –en un principio prevista para 1917, que sería el germen de la Internacional de 1929– mientras sale un obrero que dice, en castellano: "Trabajando con ardor / vive Cataluña entera / con envidiable esplendor, / porque aquí en la clase obrera, / cada obrero es un señor (…) Orgullo del español / en este bendito suelo, / un pueblo trabajador". La representación termina con las palabras de Nandu: "Sabeu lo què us dic, minyó? Que si que es gran Barcelona!" (Fernández, 1922: 31-32)[33].

En la versión madrileña, el cuadro final constituye un canto a España entera a través de sus ciudades, entre las cuales se incluye Barcelona[34]. Pero en lugar de las industrias eléctricas, el escenario imaginado para la apoteosis es un nocturno del estanque del Retiro con olor "a nardo y claveles". Cabezón dice: "Saludemos a España", y el personaje de Cabecilla, que hacía Loreto Prado, responde con las últimas palabras: "Toda España es así". Entonces "aparece una decoración reproduciendo una vista del Estanque del Retiro de Madrid, engalanado y con una brillantísima iluminación. Al fondo se ve el monumento a Alfonso XII" (González del Castillo, 1922: 51-52), emblema de la Restauración alfonsina, inaugurado el 3 de julio de 1922. Desde luego, Madrid es mucho.

madora– así como otros de corte burgués y moderno hablan en castellano. En algún momento, el Nandu también se expresa en castellano, por ejemplo, cuando, sorprendido, le cobran por sentarse en una silla de las Ramblas. Igualmente están escritos en castellano los números bailables, como las buscadoras del amor.

[28] Uno de los momentos más elogiados de la obra fue la recreación de *La Vicaría* de Marià Fortuny (*La Vanguardia,* 30/7/1922: 12), una especie de *tableau vivant* de la famosa pintura, que había sido adquirida por la Junta de Museos de Barcelona a su entonces propietario el conde de Pradère ese mismo año de 1922. Precede al número de las manolas, una de las cuales dice: "Abran paso a esta mujer / De la Gracia nata y flor, / madrileña pa querer / deslumbrante como un sol". A lo cual otra responde: "No hay en el mundo /como esa manola, / negar no puede que es española". Repiten todas ese estribillo que acaba con "¡Viva la fiesta más nacional!" (Fernández, 1922: 24), en alusión a los toros.

[29] La obra tuvo tanto éxito que se representó durante varios meses en el Cómico, pasando en septiembre al Tívoli y en noviembre al Teatro Nuevo. En el Tívoli alternó nada menos que con *La Marcha de Cádiz* (*La Vanguardia,* 26 de septiembre de 1922: 11), la música con la que se había despedido a las tropas de ultramar en 1898 y uno de los tópicos musicales del españolismo más rancio. En realidad solo era un acompañamiento de lo que la revista encarnaba: estrenada un año antes de que Miguel Primo de Rivera, que entonces era Capitán General de Cataluña, iniciara la dictadura militar, reúne todos los tópicos contra los que combatía el catalanismo político en la prensa satírica de los años anteriores. Busca, en cambio, popularizar un españolismo que poco tiene de obrero. Al respecto, el anarco-sindicalista Josep Peirats i Valls utiliza el término *nanduísmo* para recriminar que quien se empeñe "en hacer ostentación de su tosquedad (…) su verdadero puesto no está en la CNT ni en la FAI, sino en un barracón de feria" (Peirats, 1973).

[30] El espectáculo fue "trasplantado al castellano [por] el señor González del Castillo" (*El Sol*, 15/9/1922: 2), cuya puesta en escena suponía "una suma fabulosa" (*La Unión ilustrada,* 15/10/1922: 11). Se estrenó en el Circo Price, en la plaza del Rey, el 23 de septiembre de 1922 (*ABC*, 23/9/1922: 20), con Loreto Prado y Enrique Chicote, de primeros actores, donde también tuvo un éxito extraordinario, permaneciendo en cartel durante toda la temporada. La crítica se deshizo en elogios, desde la gracia de los chistes a las "melodías fáciles y pegadizas" y "las mujeres bonitas", destacando también el decorado de Blancas y Ripoll y García Ros, de Madrid, y Colmenero, de Barcelona. El día del estreno salieron al escenario los autores y el adaptador, premiados con atronadores aplausos porque "puestos a aplaudir, Madrid es mucho Madrid" (*ABC*, 24/9/1922: 27).

[31] Una revista de humor se pregunta si el autor de "la revista *¡Es mucho Madrid!,* arreglo de otra catalana titulada *¡Es grande Barcelona!*", es Cambó "porque las dos frases le van muy bien a D. Francisco" (*Buen humor*, 1/10/1922: 18). El crítico de *Mundo Gráfico* asume orgulloso que es mucho Madrid, "y tanto, amigos", aunque concede que "Barcelona no es pequeña". (*Mundo Gráfico,* 18/10/1922: 23). Cuando durante el verano del año siguiente se representó en el Teatro de los Jardines del Buen Retiro, el crítico recuerda de nuevo el precedente barcelonés, y parece conceder: "¿por qué no '¡Qué grande es Barcelona!'? (*ABC*, 7/8/1923: 23). Al pasar al Teatro de la Latina en octubre de 1923 alternó con otra que se titulaba *La salvación de España* (*ABC*, 28/10/1923: 35).

[32] Por ejemplo, el gitano canta en la versión barcelonesa "yo no he nasío en Triana / tampoco en el Albaicín / que yo he nasío en Barcelona / y en el barrio de Pekín (…) / que te quieres apostar / que Maura y Lacierva no vuelven a gobernar (Fernández, 1922: 29). En la de Madrid se añade Cambó y por supuesto el gitano ha "nacío en los Madriles / en el barrio de Chamberí" (González del Castillo, 1922: 46).

[33] Parece una referencia, en cierto modo, *futurista*, tanto por lo que encierra de tal la poética eléctrica, urbana y trabajadora, como por la ilusión de futuro, aunque probablemente se inspiró en el proyecto de Josep Puig i Cadafalch para urbanizar la plaza de España y la ladera norte de Montjuïc, de alcance más bien neobarrroco, que había sido muy difundido en prensa.

[34] "¿No visteis Barcelona, una noche de estrellas, lucir como un brillante al pie del Tibidabo?". Al respecto, es significativo que la expresión *Qué es gran Barcelona!* convertida en popular en los años veinte, aparezca en un cartel, de hacia 1926, donde se ve la ciudad *eléctrica*, con su *skyline* moderno, precisamente desde el Tibidabo (Carulla, 1994: 237).

10. Bibliografía:

Artells, J. J. (1992). *Barça, Barça, Barça. F.C. Barcelona, espirit i ciudadania*. Barcelona: Laia.

Bastons I Vivanco, C. y Busquets I Grabulosa, L. (2002). *Castilla en la literatura catalana. Idiosincrasia, literatura, instituciones, paisaje, ciudades, pueblos y personajes célebres.* Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Capdevila, J. (2012). *Cu-Cut! Sàtira política en temps trasbalsats (1903-1912)*. Barcelona: Efadós.

—. (2013). *L'Esquella de la Torratxa. 60 anys d'història ctalana (1879-1939)*. Barcelona: Efadós.

Carulla, J. et alii (1994). *Catalunya en 1000 cartells: des del orígens fins a la guerra civil.* Barcelona: Postermil.

Fernández, M. y Martínez, J. A. (1922). *Qué es gran Barcelona!* Barcelona: Publicacions Ràfols.

Giralt Radigales, J. (2008). *Cartells catalans. La República. Els anys de construcció, 1930-1936.* Barcelona: Enciclopèdia Catalana.

Gómez Amat, D. (2007). *La Patria del gol. Fútbol y política en el Estado Español.* Zarauz: Alberdania.

González del Castillo, E. y Fernández, M. (1922). *¡Es mucho Madrid!.* Madrid: Sociedad de Autores Españoles.

Le Naour, J. (2001). "La dévirilisation de l'adversaire" en *Ridiculosa. Les procédés de déconstruction de l'adversaire* 8, 113-114.

Magazine, R., Ramírez, J. y Martínez, S. (2010): "Las rivalidades futbolísticas y la construcción de la nación. Una comparación entre México y Ecuador" en *Íconos. Revista de Ciencias Sociales* 36, 157-169.

Mainer, J. C. (1997). "1898-1914. De ciudades a capitales. El difícil diálogo de dos nacionalismos" en X. Bru de Sala (dir.), *Barcelona Madrid, 1898-1998.* Barcelona-Madrid: CCCB-Comunidad de Madrid, 44-53.

Martín Corrales, E. (1998). "La lucha por los escenarios y el público catalán. El arraigo popular del flamenco y de los toros frente a la oposición la burguesía industrial y el catalanismo" en Steingress G. y Baltanás E., *Flamenco y nacionalismo. Aportaciones para una sociología política del flamenco* (pp. 247-266). Sevilla: Fundación Machado-Universidad.

McGlade, R. E. (2013). *Seriously Funny: Towards an Interpretative Framework for an Analysis of Catalan Satirical Cartoons in the Twentieth Century.* University of Shefield. Consultado en https://www.academia.edu/3496230/Seriously_Funny_Towards_an_Interpretative_Framework_for_an_Analysis_of_Catalan_Satirical_Cartoons_in_the_Twentieth_Century.

Moncelet, C. (2003). "Les 'villes' tentaculaires" en *Ridiculosa. Les animaux pour le dire. La significaction des animaux dans la caricature* 10, 43-60.

Nacach, P. (2010). *Barcelona/Madrid, Madrid/Barcelona. Sobrevivir a la ciudad.* Barcelona: Península.

Peirats I Valls, J. (1973). "La venta de los duendes" en *El luchador* 59. Consultado en http://ddd.uab.cat/pub/ppc/luchador/luchador_a1973m8n59.pdf.

Rivière, M. (2000). *El problema: Madrid-Barcelona.* Barcelona: Plaza & Janés.

Solá I Dachs, L. (2005). *La caricatura política i social a Catalunya, 1865-1905.* Barcelona: Duxelm.

Ucelay da Cal, E. (2001). "Llegar a capital: rango urbano, rivalidades interurbanas y la imaginación nacionalista en la España del siglo XX" en Morales Moya, A. (comp.), *Ideologías y movimientos políticos* (pp. 221-263). Madrid: Sociedad Estatal Nuevo Milenio.

Ucelay da Cal, E. (2003). *El Imperio Catalán, Prat de la Riba, Cambó, D'Ors y la conquista moral de España*. Madrid: Edhasa.

ÍNDICE ▷

LA VIDA SOCIAL Y CULTURAL EN LOS CAFÉS EUROPEOS EN EL ÚLTIMO CUARTO DEL SIGLO XIX

Mónica Vázquez Astorga
Universidad de Zaragoza

1. Introducción*

En estas líneas se propone un recorrido histórico por los antiguos cafés europeos durante el último cuarto del siglo XIX, dado que fueron uno de los ejes principales de la vida cultural de la sociedad de la época. Interesa centrarse en los establecimientos franceses, austriacos e italianos, porque fue en estos países donde se abrieron los primeros y más emblemáticos cafés, y analizar su influencia, en el caso de nuestro país, en los fundados en aquellos momentos en Madrid y Barcelona, ya que estas ciudades tuvieron una avanzada posición cultural (al recibir un constante influjo europeo, particularmente francés) y contaron con cafés a la altura de los mejores de Europa. Asimismo, se hace especial hincapié en los existentes en Zaragoza porque, aunque puede decirse que ninguno de ellos tuvo la capacidad de desarrollar una vida política o cultural similar a la de Madrid o Barcelona, sí que en torno a los mismos se concentró la mayor parte de la actividad zaragozana. Además, se pretende recuperar la historia de estos cafés –hasta estos momentos prácticamente desconocida– y su cometido sociocultural en el devenir de la capital aragonesa.

El objetivo prioritario es evocar estos espacios de encuentro y reunión, que fueron frecuentados por personajes ilustres y desempeñaron un papel significativo en la sociedad contemporánea, y valorar su emplazamiento a nivel urbano. El hecho de centrarse en los más importantes establecimientos de estos países no indica que no haya cafés históricos en otras ciudades, igualmente con recuerdos literarios y artísticos de los siglos XIX y XX.

La elección de este marco cronológico responde al hecho de que el café como lugar permanente de encuentro y debate se fue configurando a partir de comienzos del siglo XIX, alcanzando su máximo esplendor en el último cuarto de esta centuria. Asimismo, fue en esos momentos cuando cambió su aspecto arquitectónico, recurriéndose en su construcción al empleo de materiales como el hierro, permitiéndose así amplias y diáfanas salas (que se pintaban y cubrían con grandes espejos, y tenían un mobiliario con largos divanes, mesas de mármol y sillas de madera), que vinieron a sustituir a los reducidos e incómodos espacios de los primeros establecimientos. Por tanto, el café confortable y ostentoso ya estaba conformado en la década de los setenta del siglo XIX en ciudades como París y Viena, y de ahí se extendió por el resto de Europa e, incluso, al otro lado del Atlántico.

La historia del café (producto vegetal con poder estimulante) está llena de incógnitas difíciles de desvelar, así como tampoco hay unanimidad entre los autores a la hora de concretar qué ciudad europea acogió el primero de estos establecimientos[1].

* Este artículo se ha llevado a cabo dentro del Proyecto de investigación Museos y barrios artísticos: arte público, artistas e instituciones (código HAR2012-38899-C02-01, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación), con el Dr. Jesús Pedro Lorente como investigador principal. Quiero expresar mi agradecimiento a todo el personal del Archivo y Biblioteca de la Diputación Provincial de Zaragoza por haberme facilitado la consulta y reproducción de sus fondos.

[1] Algunos autores se decantan por Marsella, otros por Venecia, pero la mayoría se inclina por Londres. Así, el primer café londinense se fundó en 1652, cerca de la iglesia de St. Michael-Cornhill, aunque, dos años antes, se había abierto uno en Oxford. Después de casi un siglo de la existencia de cafés, éstos desaparecieron casi completamente, dado que los ingleses en vez de beber café comenzaron a tomar té. Por su parte, fue en Italia donde surgió el café moderno en el mundo occidental (Villar, 2008: 17).

Antonio Bonet Correa (2012: 15) señala que el café se introdujo en Europa en el siglo XVII (austriacos, franceses e italianos fueron los primeros en degustar el llamado "néctar" o "vino de los árabes"), y a nuestro país llegó más tarde (tanto la afición a tomar esta aromática bebida como la aparición del establecimiento público), en el siglo XVIII, a la par que las ideas ilustradas. Al mismo tiempo que el café se popularizaron otras sustancias exóticas (chocolate, té y tabaco) hasta entonces prácticamente desconocidas.

La llegada de esta bebida a Europa trajo consigo el origen de los locales del mismo nombre. La decadencia del salón, como lugar de encuentro y de conversación de la aristocracia, favoreció que el café se conformase como espacio preferente de reunión y de congregación social, alcanzando pleno desarrollo en el siglo XIX. De hecho, ya a mediados del siglo XVIII los artistas y escritores de París comenzaron a frecuentar cada vez más los cafés en busca de estímulo e intercambio de ideas (Shattuck, 1991: 24). A diferencia de los salones privados, al café podían acudir personas de distintas clases y condiciones, como reflejo de la naciente democracia en la edad contemporánea.

Estos espacios de sociabilidad, intercambio de ideas y debate, junto con otras instituciones y sociedades culturales y científicas, desempeñaron un papel importante como vías de entrada y difusión de las nuevas formas de pensamiento. En muchos de estos cafés se celebraron tertulias que sirvieron de punto de encuentro a los escritores y artistas (introduciendo e impulsando el desarrollo de varias corrientes culturales) y se originaron acontecimientos trascendentales para la historia contemporánea (conspiraciones políticas, redacción de manifiestos, etc.) (Ribagorda, 2009: 98). A estos cafés les siguieron otros, que igualmente definieron el ambiente cultural del momento, hasta su decadencia (e, incluso, desaparición) a lo largo del siglo pasado.

A continuación, se alude, en primer lugar, y dentro del período objeto de estudio, a los cafés más relevantes dentro del panorama cultural y social francés (concretamente, parisino), para pasar luego a analizar sus equivalentes en las principales ciudades de Austria (en Viena) e Italia (especialmente, en Roma), y, se finaliza, con el estudio, dentro del contexto de la época, de los cafés madrileños, barceloneses y zaragozanos del momento.

2. Francia: estampa de los cafés parisinos

El café se conoce en Francia desde finales del siglo XVII, y con la Ilustración su consumo adquirió gran importancia entre la sociedad de la época, dando lugar al desarrollo de establecimientos tanto en París como en las principales ciudades de provincias. En 1643, un comerciante levantino vendía café en una pequeña tienda parisina en el pasaje cubierto del Petit Châtelet (junto al Petit Pont y a la calle Saint-Jacques). Años más tarde, en la primavera de 1671, un armenio llamado Pascal abrió, en el mercado de Saint-Germain, una casa del café, donde por primera vez esta bebida se consumió públicamente en París (Dejean, 2008: 126).

Muchos de sus cafés históricos han ido desapareciendo con el tiempo, pero todavía se conserva, en buen estado, el *Procope* (rue de l´Ancienne-Comédie, núm. 12, enfrente del antiguo teatro de la Comedia Francesa), que puede considerarse como el primer café moderno. Fue fundado por el siciliano Francesco Procopio dei Coltelli (cuyo apellido afrancesado pasó a ser Procope) en 1686, y frecuentado por filósofos, poetas, escritores, científicos y políticos como Voltaire, Diderot, D´Alembert, Danton, Marat y Robespierre, por lo que en parte en este lugar se incubó la Revolución. Durante el siglo XIX no perdió relevancia y por él siguieron pasando personajes de renombre como Víctor Hugo, Charles Baudelaire, Flora Tristán y Paul Verlaine, entre otros.

Los primeros cafés parisinos se emplazaron entre el Barrio Latino y el de Saint-Germain-des-Prés, y, en esta última zona, hay que destacar la tienda de novedades *Les Deux Magots* (plaza Saint-Germain des Prés, núm. 6), que en 1884 se transformó en un establecimiento de licores e infusiones con homónima denominación, que aún se conserva. A este café, situado cerca de las casas de edición más importantes de la época, concurrieron los artistas del simbolismo y escritores y poetas como Stéphane Mallarmé, Óscar Wilde, Paul Verlaine y Guillaume Apollinaire. Fue reformado en 1914, convirtiéndose en un local de lujo frecuentado por James Joyce, Max Ernst, André Breton y los surrealistas antes de la última Guerra Mundial (Bonet, 2012: 138). En sus proximidades cabe citar el *café de Flore* (emplazado en la esquina del *boulevard* Saint-Germain con rue Saint-Benoît), fundado en 1890, que fue el lugar elegido por autores comprometidos con las últimas tendencias en el campo cultural y artístico como Guillaume Apollinaire y Pierre Reverdy.

Por su parte, en el Barrio Latino se encontraba la *brasserie Andler* (rue Hautefeuille, núm. 32), en cuyo interior (de sencilla apariencia) se reunían en los años cincuenta Gustave Courbet (que tenía su estudio muy cerca) y sus compañeros (Dees, 2002: 16-17). Este establecimiento fue uno de los centros más representativos de la bohemia parisina (Seigel, 1986: 82), que fue descrita por el novelista francés Henri Murger en su obra *Escenas de la vida bohemia* (1847-1849).

Debido a la intervención urbanística acometida por el barón Haussmann entre 1850 y 1870, París cambió por completo su tejido urbano y pasó a convertirse en modelo de ciudad moderna. Esta capital con sus nuevos bulevares tenía que contar con edificios y cafés de igual modernidad, que fueron construidos atendiendo a las tendencias estéticas entonces en boga.

En este contexto de crecimiento y renovación urbana, Montmartre pasó a ocupar un lugar importante en la geografía parisina y se convirtió –a partir de 1860– en un hervidero cultural en cuyo ambiente, y, especialmente, en el de sus numerosos cafés y cabarets (como *Le Chat Noir*, inaugurado en 1881 y cerrado en 1897, en cuyo salón principal se celebraban veladas literarias, musicales y artísticas)[2], se generaron y desarrollaron en diversos momentos los principales movimientos para el mundo contemporáneo. Así, en esta zona se instalaron músicos, poetas y escritores (Balzac, Baudelaire, Verlaine o Apollinaire), y muchos pintores (impresionistas y seguidores, simbolistas, fauvistas y cubistas) estuvieron vinculados a sus cafés. A estos establecimientos cabe sumar en este período otros espacios de entretenimiento y recreo como las salas de baile (como el *Moulin de la Galette*)[3], teatros o el circo (como el circo Fernando, luego denominado Medrano), que hacían de Montmartre no sólo un núcleo activo a nivel sociocultural sino también el centro de ocio y diversión de la capital. También, hay que mencionar la rue Laffitte y la rue Le Pelletier, donde se hallaban asentados los marchantes (como Paul Durand-Ruel, Georges Petit o Le Barc de Bouteville) y sus galerías de arte, que fue una de las razones, como indica Jean-Paul Crespelle (1983: 163-164), que condujo a los artistas a situarse en este barrio a finales del siglo XIX. Entre la rue Laffitte y Montmartre fluía una corriente constante de cuadros, y para los pintores independientes estas galerías, junto con los Salones de Otoño y los Independientes, eran lugares en los que se podía exponer y ver la pintura de sus compañeros.

París durante el II Imperio y, después, bajo la III República, creció hacia el norte, y uno de los nuevos barrios fue el de la Nueva Atenas, en los terrenos que anteriormente ocupaba la Comuna de Batignolles, prolongándose hasta la plaza de Clichy. Al igual que el aledaño barrio de Europa, al norte de la estación de Montmartre, la urbanización de la Nueva Atenas fue habitada por pintores, músicos, fotógrafos y escritores que, en la segunda mitad del siglo XIX, renovarían la vida cultural francesa desde el impresionismo hasta el simbolismo o los nabis (Bonet, 2012: 110). Entre estas figuras destaca la de Édouard Manet, que tuvo su estudio en las Batignolles. Su papel como orientador del nuevo movimiento pictórico (el impresionismo, con su primera exposición en 1874) tiene relación con las tertulias organizadas en su taller y, sobre todo, en los cafés, en un principio en el *café de Bade* (en el *boulevard* de los Italianos) y, después, en el *café Guerbois* (en avenida de Clichy). En este último establecimiento, Manet celebraba todas las tardes una tertulia (en la que había libertad para debatir ideas sobre pintura), a la que acudían no sólo pintores como Edgar Degas, Claude Monet, Pierre-Auguste Renoir, Frédéric Bazille o Alfred Sisley sino también escritores y críticos interesados en arte como Émile Zola, Zacharie Astruc y Louis Edmond Duranty. Este grupo era conocido como el de Batignolles, y muchos de sus componentes se asocian al impresionismo. Hacia mediados de las década de los setenta, esta tertulia se trasladó al *café de la Nouvelle Athènes* (plaza Pigalle), que también desempeñó un papel importante en el desarrollo del arte moderno, contando con la presencia de pintores como Marcellin Desboutin (que fue representando por Degas –en su obra *El ajenjo*–, en compañía de Ellen Andrée, en el interior de este café), Paul Gauguin y Vincent van Gogh.

Los impresionistas y sus seguidores ambientaron muchos de sus cuadros en un café como espacio social símbolo de la vida moderna, representando a los personajes que los frecuentaban y su atmósfera, como es el caso de Manet, en sus obras *Ciruela con brandy* (1877) o *Un bar del Folies Bergère* (1882), Henri Gervex, *Escena de café* (1877), o Vincent van Gogh, *Terraza del café de la Place du Forum en Arlés por la noche* (1888).

Los cafés y los cabarets de Montmartre vivieron un momento de esplendor entre finales del siglo XIX y la primera conflagración mundial. A partir de este momento, el epicentro creativo cambió de orilla, y el lugar de Montmartre fue progresivamente ocupado por Montparnasse, que contaba con cierta tradición literaria y ofrecía además cafés y restaurantes. De hecho, en este barrio se encuentra *La Closerie des Lilas*, que, desde 1860, fue frecuentado por estudiantes de Bellas Artes y por escritores, primero por Verlaine, y después por Jules Romain o Apollinaire, que lo convirtieron en un verdadero parlamento de la cultura del momento (Ribagorda , 2009: 64). Por tanto, podría decirse que Montparnasse sustituyó a Montmartre como exponente de la cultura y del arte modernos, y fue la cuna de movimientos como la Escuela de París, el dadaísmo y el surrealismo (Crespelle, 1983: 8).

[2] En octubre de 1889 en el *boulevard* de Clichy se instaló el desaparecido *Moulin Rouge*, un café-concierto al aire libre, cuyos lugares fueron ilustrados por artistas como Toulouse-Lautrec.

[3] Estaba situado en rue Gabrielle y tenía un carácter popular. Fue frecuentado por numerosos artistas, que también lo convirtieron en uno de los temas principales de su obra.

3. Austria: los legendarios cafés vieneses

En 1683, los turcos, tras el segundo sitio de Viena, habían dejado una gran cantidad de sacos de café, gracias a los que un polaco llamado Kolschitzky abrió el primer café de la capital austriaca denominado *La Botella Azul*[4]. A partir de este establecimiento se fueron conformando otros, que tuvieron gran relevancia en la vida cultural vienesa de fin de siglo, y en los que artistas, músicos o escritores se encontraban y conversaban casi a diario.

En Viena se inició una amplia transformación urbana a mediados del siglo XIX, casi contemporáneamente a la desarrollada en París, y en la que los tejidos de nueva creación deberían integrarse con los de la ciudad antigua. De este modo, se derribaron las murallas y se tendió a establecer comunicación entre el núcleo histórico monumental (*Altstadt*, dominado arquitectónicamente por el gótico y el barroco con edificios como la catedral de San Esteban o el palacio Hofburg) y el nuevo y amplio espacio proyectado (*Ring*), que se conforma como área burguesa destinada a acoger, principalmente, edificios simbólicos y representativos (Ayuntamiento, Parlamento, Universidad, *Burgtheater*, Ópera, etc.) ejecutados en el estilo histórico más apropiado a su función, inmuebles residenciales y áreas verdes. En esta zona de la edificación del *Ring* se instalaron cafés como el Sperl (Gumpendorfer Strasse, núm. 11), inaugurado en 1880 y convertido en punto de encuentro de artistas e intelectuales de diferentes campos como Egon Schiele y Gustav Klimt, uno de los fundadores del movimiento de renovación artística, la Sezession, en 1897. Asimismo, en él se reunía el Grupo de los Siete, fundado por el arquitecto Josep Hoffmann y otros autores como Josep Mª Olbrich y Koloman Moser, cuya finalidad era adecuar los programas de las escuelas de arquitectura austriacas a las tendencias europeas.

Dentro del período objeto de estudio, hay que destacar por su importancia el desaparecido *Griensteidl* (que estuvo ubicado en la ciudad antigua y en la concurrida Michaelerplatz desde mediados de siglo hasta enero de 1897, cuando el edificio en el que se situaba fue demolido)[5]. Por tanto, contaba con un emplazamiento urbano privilegiado, en las proximidades del palacio imperial Hofburg. El artista Reinhold Völkel capta en una de sus obras su interior, mostrando su sala principal, abovedada, como si se tratase de una cripta, con sus clientes sentados en sillas delante de los veladores circulares de mármol, leyendo periódicos mientras toman café. Blanca Merck (2010: 10) constata la importancia que tuvieron los cafés en la nueva creación literaria que emergió en esta ciudad en el cambio de siglo, siendo testimonio de ello el grupo literario *Jung-Wien* (formado por bohemios) fundado por Hermann Bahr en este café, concebido como importante centro literario del momento.

Mención especial merece también el *café Central*, situado en Herrengasse, núm. 14 (en la planta baja del Palacio Ferstel), en pleno centro histórico. Esta vía urbana se caracterizó por la existencia de palacios nobiliares y una sala de conciertos, que le daban un aire de elegancia y distinción. Este café, espacio por excelencia de la literatura vienesa de fin de siglo, se halla en su interior abovedado y presenta enormes columnas de mármol y grandes ventanales (que conectan el mundo interior con el exterior), siguiendo el tipo de café muy difundido en los países germánicos. Este establecimiento abrió sus puertas en 1860 y, a finales del siglo XIX, se convirtió en uno de los puntos de encuentro más significativos de la intelectualidad vienesa, tras el cierre del *café Griensteidl*. Algunos de sus clientes habituales fueron Peter Altenberg, Hugo von Hofmannsthal, Alfred Adler, Sigmund Freud y Adolf Loos (que proyectó en 1899 el *café Museum*, en Operngasse, núm. 1, concebido como el café de los pintores), entre otros. De hecho, hoy en día cuando se entra en este café se encuentra una escultura en madera del escritor vienés Peter Altenberg (autor bohemio), en la mesa en la que diariamente se sentaba y donde había establecido su cuartel poético.

Por tanto, el café se convirtió en la Viena finisecular en una auténtica institución literaria, es decir, fue el lugar donde los autores buscaban los temas y motivos de su creación literaria.

4. Italia: evocación de sus cafés

En este país, la moda de tomar café entró por Venecia y de ahí se extendió por Europa. En 1645 se abrió la primera *bottega del caffè* en esta ciudad (Chevallier, 1862: 8). Los establecimientos de mayor antigüedad y renombre se agrupan en la céntrica y monumental plaza de San Marcos, distinguiéndose el *café Florián*, creado en 1720, que sigue siendo un notable núcleo de reunión de artistas y viajeros. Sin embargo, otros han desaparecido.

Por su parte, Roma abrió sus primeros célebres cafés en plaza de España y alrededores, destacando el inaugurado en 1725 con la denominación de *café del Veneziano* (en plaza Scarra, uno de los puntos centrales de la vía del Corso), por tanto, tarde respecto a

[4] El café en esta ciudad se acompañó de un recordatorio de su origen turco: la media luna transformada en repostería, el *Kipfel*, universalizado con el nombre francés de *croissant* ("creciente"). Véase en bibliografía final: (Valverde, 1990: 97).

[5] Fue reabierto en 1990 en un inmueble nuevo construido sobre su antiguo solar.

la llegada de la moda del café a Viena o París; y el *café Greco* (via dei Condotti, núm. 86, cerca de plaza de España)[6], cuya apertura se establece en 1760, en una de las principales vías comerciales de la ciudad. Presenta nueve pequeñas salas (abovedadas y sucesivas), entre las que se distingue el famoso Omnibus[7] (que es la tercera y más amplia de ellas, con 2m de ancho por 8 de largo, querida especialmente por los artistas y literatos), cuyas paredes están casi totalmente revestidas de pinturas, acuarelas, esculturas, fotografías y otros objetos relativos a las personas ilustres que lo frecuentaron[8]. Se convirtió en un importante lugar de encuentro de artistas y escritores de todas las nacionalidades, así por él pasaron personajes como Goethe, Andersen, Lord Byron, Chateubriand, Stendhal, Gabriel d´Annunzio, Ingres, Corot, los pintores nazarenos y Thorvaldsen (Ravaglioli, 1997: 12). A mediados del siglo XIX fue frecuentado por pintores españoles pensionados en esta ciudad como Eduardo Rosales, José María Casado del Alisal o Mariano Fortuny. En la actualidad, sigue conservando su ambiente como punto de reunión, tal como inmortalizó Renato Guttuso en su obra[9].

Tras la unificación italiana, se produjo el esplendor de estos establecimientos, y el centro neurálgico sociocultural se trasladó hacia plaza Colonna (conforme se acometen obras en sus proximidades). De esta manera, el 14 de marzo de 1888 se instalaba definitivamente (tras haber tenido varios emplazamientos) en la planta baja del palacio Marignoli (entre plaza de San Silvestro y vía del Corso) el *café Aragno-Peroni*, y en él se creó un nuevo núcleo cultural político de la Terza Roma (Ravaglioli, 1997: 33). Este café tenía tres salones que se desarrollaban en sucesión a lo largo de la via delle Convertite. Fue renovado en los años treinta del siglo pasado, luego cambió de gestión en los cincuenta y, en la actualidad, no queda nada del recuerdo del viejo café.

[6] En agosto de 1953, este café fue declarado monumento nacional por el italiano Ministerio de Bienes Culturales.

[7] En la actualidad, este espacio es frecuentado, cada miércoles, por el gruppo dei Romanisti, un cenáculo de estudiosos de la ciudad de Roma, que hacen que este café siga todavía vivo.

[8] Sus muros están decorados con medallones vaciados en yeso, espejos, paisajes de Roma debidos al artista alemán Edmund Hottenroth, un retrato de Fortuny, obras de temática mitológica de la pintora suizo-austriaca Angelica Kauffman, esculturas en bronce, un plano de una casa romana del escritor danés Andersen, un emblema de la asociación de amigos de Mark Twain, un escrito conmemorativo del cincuentenario de la muerte de Mogol y la fotografía de Buffalo Bill.

[9] La escena de su cuadro *Caffè Greco* (1976, colección del Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid) transcurre en la denominada *sala rossa*, que se halla decorada con cuadros, esculturas y espejos, y en ella se entremezclan personas a través del tiempo. Así aparecen personajes (entre ellos, el coronel norteamericano William Cody, llamado Buffalo Bill, que frecuentaba este café cuando estuvo de gira en Roma con su circo ecuestre en 1906) de todas las épocas unidos de forma anacrónica, junto a varios turistas japoneses y una variada selección de gentes de su tiempo.

Asimismo, en este país aún se conservan interesantes cafés históricos en ciudades como Padua (como el *café Pedrocchi*), Milán (como el *café Cora*), Turín (como el *café Florio*), Nápoles (como el *café Gambrinus*) o Florencia. Esta última ciudad cuenta con importantes cafés, entre los que cabe mencionar el *café Michelangiolo* (fundado en torno a 1848), el cual, pese a su breve existencia, fue un notable centro de renovación artística. Estuvo situado en la populosa calle Cavour, entre el palacio Medici y la plaza de San Marcos, y en él se reunían los *Macchiaioli*, que fueron los primeros pintores italianos que rompieron con el realismo imperante en Europa a mediados del siglo XIX. También en la ciudad del Arno funcionaba, ya en 1898, el café-cervecería Reininghaus (luego Giubbe Rosse, plaza de la República), que se convirtió en uno de los ejes de la cultura de vanguardia italiana, acogiendo a escritores y pintores del futurismo.

5. España: sus cafés históricos

Tanto la afición a tomar esta aromática bebida como la aparición del establecimiento público (que tuvo como antecedente los mentideros[10] y como precursoras las botillerías –fig. 1–) tuvo lugar en nuestro país en el siglo XVIII. Su conformación como lugar pemanente de encuentro, debate y tertulia se produjo a partir de comienzos del siglo XIX.

Antonio Bonet Correa (2012: 38) sitúa la Edad de Oro del café en nuestro país en los años de la Restauración y de la Regencia de María Cristina, durante el último tercio del siglo XIX y los primeros años del siglo XX, aunque su relevancia continuó prácticamente hasta los años cincuenta de esta centuria, cuando se fue conformando un nuevo estilo de vida. Fue entonces cuando los cafés de Madrid, Barcelona y demás ciudades conocieron su momento de esplendor.

A diferencia de lo que sucede en otros países, los años del desarrollismo pusieron, por lo general, fin a nuestros cafés históricos, salvo algún caso excepcional como el del *café Gijón* de Madrid o el del *café Levante* de Zaragoza. A continuación, se evocan, dentro del período objeto de estudio, los cafés madrileños, barceloneses y zaragozanos que, por su actividad y compromiso sociocultural, tuvieron un significativo protagonismo en la sociedad del momento.

[10] Las reuniones al aire libre, formando corros o paseando, fueron frecuentes en el Siglo de Oro. Entre los mentideros de la época puede citarse el de San Felipe en Madrid, a pocos pasos de la Puerta del Sol, en el arranque de la calle Mayor. Todas las últimas noticias que corrían por la ciudad se concentraban en este punto.

Fig. 1 – *Botillería en 1808*, por J. Llovera (*La Ilustración española y americana*, Madrid, 22 de julio de 1881). Fuente: Biblioteca de la Diputación Provincial de Zaragoza

Fig. 2 – *Aspecto de la Puerta del Sol durante el paso del cortejo fúnebre del cardenal Moreno (Madrid)*, 1884 (*La Ilustración española y americana*, Madrid, 8 de septiembre de 1884). Fuente: Biblioteca de la Diputación Provincial de Zaragoza

5.1. Madrid

La mayor parte de las instituciones culturales y científicas (academias, museos, bibliotecas, casinos, etc.) se hallaban en Madrid, y desde el Sexenio Revolucionario estos centros se fueron organizando en torno a las calles Mayor y Alcalá, y a los paseos del Prado y de Recoletos, formando de este modo un importante tejido sociocultural, al igual que el de otras ciudades europeas (Ribagorda, 2009: 38).

Uno de estos puntos de encuentro y de irradiación cultural eran los cafés, destacando en esta época los numerosos que se aglutinaban en la céntrica y renovada Puerta del Sol (en torno a la cual se articulaba la vida social –fig. 2–) y sus aledaños, en los que se celebraban reuniones y tertulias[11]. En este sentido, y entre las más famosas, se encontraba la del "Parnasillo", que tenía lugar en el *café del Príncipe* (en la calle del mismo nombre y al lado del teatro del Príncipe, hoy teatro Español) y reunió a los representantes del romanticismo.

Para comprender la importancia de los cafés de la Puerta del Sol, que se convirtieron en la segunda mitad del siglo XIX y la primera del XX en un eje de la vida sociocultural del momento, es preciso mencionar las tertulias de los desaparecidos *café Suizo*, *de Fornos*, *Levante*, *Gato Negro*, *de la Montaña*, *de Madrid* o *de la Granja del Henar*, y, especialmente, las de los cuatro primeros citados. Estos establecimientos se sumaron a otros ya existentes en esta zona como el denominado *café de las Columnas*, contiguo a la iglesia del convento de la Victoria.

El *café Suizo* fue fundado en 1845 (situado en la esquina de la calle Alcalá y de Arlabán, con entrada por la calle de Sevilla), siendo el más importante de los abiertos en nuestra geografía con esta misma denominación por Matossi y Fanconi. Este café era famoso por sus tertulias, entre ellas las de índole política y médica (presidida por Santiago Ramón y Cajal), y era centro de reunión de escritores, artistas, militares y toreros. Asimismo, fue elegido como escenario de eventos culturales y artísticos, como el celebrado en noviembre de 1871 con la finalidad de que el Jurado de la Exposición Nacional de Bellas Artes designase los premios a los autores dignos de tal honor (fig. 3).

El *Fornos* fue el café literario por excelencia de Madrid. Se instaló, el 21 de julio de 1870, en un punto céntrico de la ciudad como es la esquina de la calle Alcalá (núm. 25) con calle Peligros (núm. 1), frente al *café Suizo*. Fue el local más propio de la generación del 98. Era un café-restaurante, que ocupaba la planta baja de ese inmueble y el entresuelo de dos casas contiguas[12]. Era amplio (contaba con varias salas) y de distinguido aire europeo,

[11] De algunas de estas tertulias surgieron asociaciones o clubs. Así, el Casino de Madrid nació en la tertulia del *café de Sólito* (calle del Príncipe) y el Círculo de Bellas Artes se creó en 1880 en las tertulias del *café Suizo* por un grupo de pintores y escultores.

[12] En concreto, el café se emplazó en la planta baja del inmueble.

estaba elegantemente decorado (su techo fue pintado por Manuel Vallejo, con las alegorías de "el té", "el café", "el chocolate", "los licores" y "los helados"[13], y los lienzos se debían a Emilio Sala), tenía muebles de caoba y sus paredes estaban cubiertas con preciosas maderas y grandes espejos. En una de las piezas del entresuelo, llamada "la rotonda", funcionó una tertulia, denominada "La Farmacia", constituida en sus primeros tiempos por Felipe Ducazcal y sus amigos. Este grupo fue cambiando con los años, pero siempre constituyó una reunión heterogénea de escritores, políticos, militares y toreros (Espina, 1995: 236-237). Sus tertulianos de mayor relieve llegaron a comienzos de siglo, con Antonio Machado, Ramón del Valle-Inclán, Azorín, Pío Baroja, Alejandro Sawa y esporádicamente Miguel de Unamuno. También en él el flamenco tuvo una presencia muy activa (Blas Vega, 2006: 280), así como el mundo del teatro. Este café se cerró en 1908, volviendo abrir un año después bajo la denominación de *Gran Café*, y luego se convirtió en *Maxim*, resurgiendo posteriormente de él el viejo *Fornos* con su columnata, sus ventiladores circulares, su piano y sus anchos y profundos divanes (Pérez, 1996: 9). Hacia finales de los veinte se destinó a café-*restaurant* con el nombre de *Riesgo*, sobreviviendo hasta los años sesenta.

El *café de Levante* estaba en la Puerta del Sol[14] y acogió una importante tertulia literaria y artística, aunque también era el lugar preferido de los jugadores de damas, ajedrez y dominó. Por él pasaron, entre otros artistas y escritores, Julio Romero de Torres, Anselmo de Miguel Nieto, Azorín, Pío Baroja, Ramón del Valle-Inclán, Rubén Darío, Antonio y Manuel Machado, Victorio Macho y Rafael de Penagos (Tudela, 1985: 54).

Por su parte, el *Gato Negro* fue el café de estética modernista situado en la céntrica calle del Príncipe (al lado del Teatro de la Comedia). Fue famoso por acoger gentes del teatro y, sobre todo, por la tertulia de Jacinto Benavente.

Además de estos cafés de la Puerta del Sol, que constituían en estos momentos el centro neurálgico de la vida cultural madrileña, hay que citar la existencia de otros que, aunque alejados de esta zona, también fueron punto de reunión, como es el caso del *café y botillería de Pombo* (situado a finales del siglo XVIII en la planta sótano de un edificio de calle Carretas, núm. 4), en el que Ramón Gómez de la Serna, desde su tertulia sabatina fundada en los años diez, comenzó a aglutinar a los más diversos

[13] Una elegante decoración estilo Luis XV completaba los salones, y en la que sobre fondo blanco con filetes, florones y molduras de oro lucían caprichosas grecas, cuadros de paisaje, pájaros y flores vistosas. *La Ilustración de Madrid*, Madrid, 27 de junio de 1870, "Madrid Moderno", pp. 8-9 y 15-16.

[14] Primero hubo un *café Levante* en calle de Alcalá, y luego otro en Puerta del Sol, núm. 5, que se abrió en 1860 y cerró en 1966.

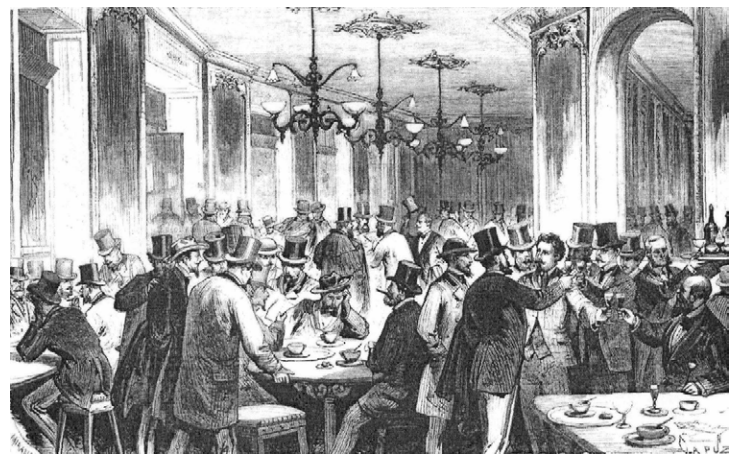


Fig. 3 – *Interior del* café Suizo *de Madrid*, 1871 (*La Ilustración española y americana*, Madrid, 5 de noviembre de 1871, "El café Suizo", p. 534). Fuente: Biblioteca de la Diputación Provincial de Zaragoza

personajes en torno a reuniones esencialmente literarias (aunque también asistían pintores) en las que se cultivaban el ingenio y la actividad vanguardista; o del *café Gijón* (inaugurado en mayo de 1888 en paseo de Recoletos, núm. 21), donde sus tertulias cobraron protagonismo en el período de la autarquía (Tudela, Esteban, Ley y Kaydeda, 1988: 28). En la actualidad, este café sigue desempeñando su papel como lugar de encuentro social.

5.2. Barcelona

Los primeros establecimientos de la ciudad condal se instalaron en dos zonas entonces periféricas: la Rambla y, más tarde, el Pla de Palau[15]. El primer café se abrió en 1750 por el italiano Andrés Caponata en una casa contigua al teatro de la Santa Creu (luego denominado teatro Principal), en la Rambla, núm. 29, conocido posteriormente como *café de los Guardias* (y luego, en 1836, como *café de las Delicias*) (Villar, 2008: 50). Hasta mediados de la década de los cincuenta del siglo XIX la plaza Palau vivió un gran período de esplendor, para comenzar luego una lenta caída. Sin embargo, la Rambla (y proximidades) adquirió un mayor protagonismo con

[15] Entre 1772 y 1808 la Rambla se vio inmersa en un proceso de reforma para convertirla en un paseo moderno, y quedó dividida en tres secciones, separadas por el Pla de las Comèdies y el de la Boquería, transformados en plazas. El Pla de las Comèdies pasó a ser la zona más cosmopolita de la nueva Rambla, en torno a la cual se establecieron cafés como el *del Rincón*, que se vieron continuados por los de la calle Escudellers. En Pla de Palau se pueden mencionar cafés como el de *los Tres Reyes*. En estas áreas se fueron afincando nuevos establecimientos en años posteriores, así en enero de 1833 se inauguró el *café de la Constancia* y en diciembre de 1838 el *café de las Siete Puertas*, ambos en plaza Palau, y, en mayo de 1843, se abrió el *café del Oriente* (Rambla, núm. 47). En enero de 1862 el *café de las Siete Puertas* se trasladó a la Rambla, núm. 31, junto al teatro Principal, cerrando sus puertas el 26 de mayo de 1879. Véase en bibliografía final: (Villar, 2008: 90-224).

Fig. 4 – *El* café-restaurant Suizo *de Barcelona tras su reforma acometida en 1912* (*Mundo Gráfico*, Madrid, 18 de diciembre de 1912). Fuente: Biblioteca de la Diputación Provincial de Zaragoza

la apertura de nuevos espacios de primera categoría como el café-*restaurant* del Gran Teatro del Liceo (Rambla, núm. 61), el 19 de mayo de 1847; el *café Suizo* (plaza Real, núm. 17), en noviembre de 1857, en el que no faltaba una animada tertulia (fig. 4)[16]; el *café del Universo* (Rambla, núm. 42), en diciembre de 1858; el *Gran Café de España* (Rambla, núm. 33), el 17 de enero de 1864; el *café Ibérico* (Rambla, núm. 39), estrenado el 25 de julio de 1866 (este local fue ocupado en julio de 1878 por el *Gran Café de Barcelona*); o el *café del Siglo XIX* (Nou de la Rambla, núm. 1), inaugurado el 18 de diciembre de 1868. De hecho, los cafés más importantes de la época (como otras formas de entretenimiento y espectáculo) se afianzaron alrededor del teatro.

[16] Este café fue reformado en 1912 bajo la dirección de Moncanut. *Mundo Gráfico*, Madrid, miércoles 18 de diciembre de 1912, "Barcelona. Café-restaurant Suizo", p. 10.

En la década de los setenta, la Rambla y la plaza Real acogían los cafés más importantes de la ciudad. Sin embargo, paulatinamente se fue produciendo un proceso de desplazamiento de esos establecimientos Rambla arriba, con la inauguración de cafés como el *de la Perla* (Rambla de Canaletes, núm. 131), el 30 de junio de 1877. Además, con el desarrollo urbanístico del Ensanche, los cafés se extendieron rápidamente en sus calles, y fue, sobre todo, en el paseo de Gracia donde comenzó a conformarse una nueva tipología de café (en la línea de los parisinos), en el que, gracias al uso extendido del hierro en la construcción, se posibilitaron salas cada vez más espaciosas y diáfanas (Villar, 2008: 369). Así, cabe mencionar la apertura, el 24 de mayo de 1874, del *Gran Café Hispano Americano* (paseo de Gracia, cerca del teatro Español). De este modo, en la década de los setenta los cafés barceloneses ya habían alcanzado renombre internacional, siendo objeto de visita por los viajeros extranjeros, que señalaban su lujo y fastuosidad.

En las proximidades de este paseo urbano, y en esta época y como lugar de referencia del modernismo catalán, hay que destacar el café-cervecería *Els Quatre Gats*, que fue inaugurado el 12 de junio de 1897 en la planta baja del edificio recientemente construido por el arquitecto Josep Puig i Cadafalch (Casa Martí, en calle Montsió). Fundado por Pere Romeu, podría considerarse como la versión barcelonesa del parisino café-cabaret *Le Chat Noir*, instalado en el barrio de Montmartre. De hecho, Santiago Rusiñol, Pere Romeu, Ramón Casas y Miguel Utrillo, firmes pilares de este centro, habían vivido en París y estaban al tanto de las corrientes más recientes en arte y practicaban la bohemia que entonces se desarrollaba en la *Butte* de Montmartre (Espina, 1995: 229). Estos artistas, y otros como Picasso, no sólo fueron sus asiduos parroquianos sino que contribuyeron, con su obra, a relacionar este establecimiento con las últimas tendencias.

5.3. Zaragoza

Los primeros cafés de Zaragoza se remontan a finales del siglo XVIII. A finales de esta centuria existían tres, ubicados todos en la calle del Coso (una de las más espaciosas y transitadas vías de la ciudad, y próxima a la basílica de Nuestra Señora del Pilar), y llamados *café de Carmen* (situado junto al teatro municipal, denominado Principal), *café de Gimeno* (en las inmediaciones del anterior) y *café de la Reunión* (emplazado en un inmueble de la calle del Coso, enfrente de la de San Gil, y junto a la antigua Casa de Comedias).

Por espacio de mucho tiempo, Zaragoza, y a diferencia de otras ciudades españolas, sólo contó con estos tres lugares de encuentro

y esparcimiento[17]. Estos establecimientos se vieron seguidos de otros, que se abrieron en períodos de mayor estabilidad política y social. De este modo, en 1842, y bajo la denominación de *las Delicias*, Joaquín Mairal (propietario también del *café de la Constancia*)[18] instaló un café en el mismo inmueble de su fábrica de cervezas[19], fundada un año antes en el Salón de Santa Engracia (actual paseo de la Independencia).

A partir de la década de los cuarenta, los cafés se fueron extendiendo más allá de la calle del Coso (fig. 6), hacia el Sur de la ciudad, es decir, hacía donde tendía su crecimiento (fig. 5). De hecho, en los años treinta se había trazado la configuración del Salón de Santa Engracia –a semejanza de los *boulevares* parisinos–, en el que la burguesía levantó sus viviendas y en el que se ubicaron locales comerciales y de entretenimiento; y se procedió a la remodelación de la céntrica plaza de la Constitución (Yeste, 2004: 429).

Además, había otros establecimientos como las fondas que, en ocasiones, acogían un café en sus instalaciones, estando entre los más notables de la ciudad los cafés de la fonda de las Cuatro Naciones[20] y de la fonda de Europa, situada esta última, en 1843[21], en pleno centro urbano y, en concreto, se alzaba en el solar en el que actualmente se encuentra una sucursal del Banco de España, y tenía su entrada por la plaza de la Constitución (en la actualidad plaza de España) y por la calle del Coso. En cuanto a su café, cabe decir que fue fundado con el título de *café de Europa* (con acceso por plaza de la Constitución, núm. 8) tras la reforma interior y exterior que fue acometida en este edificio a finales de 1863.

Los años centrales del siglo XIX se desarrollaron en un marco de convulsiones políticas y de importantes transformaciones socioeconómicas, hecho que explica que de los cafés inaugurados en años anteriores pocos siguiesen en activo, aunque establecimientos como el *café de la Constancia* (calle del Coso, núm. 39, esquina al arco de Cineja) continuaba siendo uno de los de mayor categoría de la ciudad, debido, especialmente, a las piezas musicales que se ofrecían en su jardín para el recreo de los

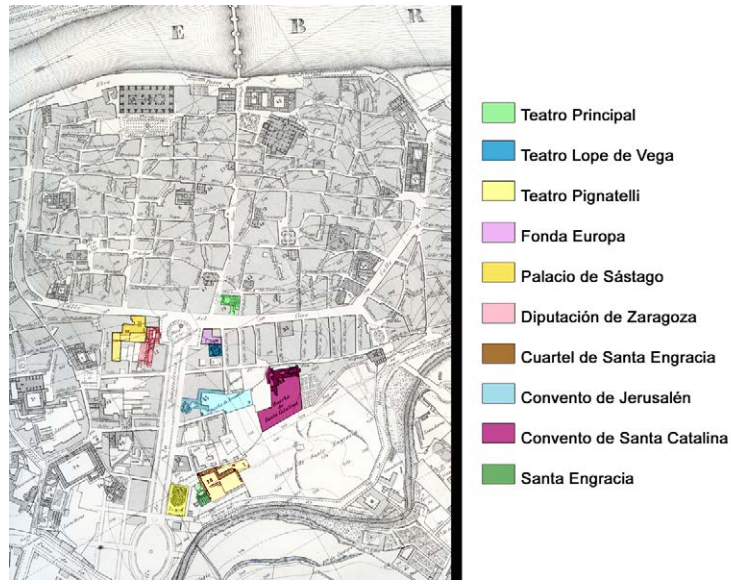


Fig. 5 – *Edificios dibujados y coloreados sobre el plano de la ciudad de Zaragoza de Dionisio Casañal de 1880*. Fuente: Isabel Yeste Navarro

concurrentes. También, en el mismo local en el que estuvo el *café de las Delicias* hasta 1847 se instaló temporalmente el *café Suizo* (bajo la dirección del suizo Lorenzo Matossi)[22], perteneciente a una compañía propietaria de varios establecimientos similares en distintas ciudades españolas. Este café estuvo situado hasta 1856 en el inmueble propiedad de Joaquín Mairal[23], en paseo de Santa Engracia, que, tal y como se indicará más adelante, habría de ser ocupado después por el *café de la Iberia*, y, tras un traslado temporal al circo del Caballo Blanco (calle de los Sitios), se ubicó definitivamente, en 1858 (y hasta su desaparición en 1916), en la planta baja de la casa núm. 2 del paseo de la Independencia, esquina con plaza de la Constitución (fig. 7)[24]. En este mismo paseo se emplazó a finales de los cincuenta el *café Aragonés*, que constaba de dos salones y de dos gabinetes elegantemente decorados[25].

En la década de los sesenta se constata un panorama más sosegado a nivel político y social, un mayor desarrollo económico,

[17] Para el estudio de los cafés del siglo XIX de la ciudad de Zaragoza, véase en bibliografía final: (Vázquez, 2014).

[18] Este café se estableció en 1835 en la planta baja de un inmueble situado en el Coso, esquina al arco de Cineja (hoy calle de los Mártires). *Diario de Zaragoza*, Zaragoza, jueves 18 de junio de 1835, "Noticias particulares de Zaragoza", p. 4.

[19] Este edificio constaba en estos momentos de dos plantas en altura: baja, destinada a fábrica y café; y planta superior, con habitaciones para huéspedes.

[20] Esta fonda fue creada hacia 1840. *Diario de Zaragoza. Periódico de Avisos*, Zaragoza, miércoles 30 de mayo de 1849, "Sección Local", p. 4.

[21] *Diario Constitucional de Zaragoza*, Zaragoza, sábado 26 de agosto de 1843, "Anuncios", p. 4.

[22] *Diario de Zaragoza. Periódico de Avisos*, Zaragoza, miércoles 9 de enero de 1850, "Sección Local", p. 3.

[23] En la casa del *café Suizo* se servían comidas y se daba alojamiento, acogiendo a renombrados artistas y fotógrafos del momento como Luis de Tannyon, quien, tras haber recorrido las principales capitales europeas, y siguiendo el ejemplo de otros daguerrotipistas que habían pasado por la ciudad, estuvo en Zaragoza durante la segunda quincena del mes de mayo de 1852. *El Zaragozano. Diario de Avisos*, Zaragoza, lunes 17 de mayo de 1852, "Parte Local", p. 4.

[24] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, sábado 9 de enero de 1864, "Diario de anuncios", p. 4.

[25] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, lunes 2 de mayo de 1859, "Sección de Anuncios", p. 2.

Fig. 6 – *Aspecto de la plaza de la Constitución (hoy de España) y del Coso (con el* Hotel y café Europa *al fondo a la derecha)*, hacia la década de los diez del siglo XX. Fuente: Archivo Municipal de Zaragoza, signatura: 00105

Fig. 7 – *Vista del paseo de la Independencia desde la plaza de la Constitución (a la derecha se aprecia el* café Suizo*, al inicio de los porches)*, 1904. Fuente: Archivo Histórico Provincial de Zaragoza, Fotografía Ignacio Coyne, signatura: 000038

social y urbano, y un crecimiento de la población zaragozana. En estos años continúan algunos de los cafés ya existentes como el *café Aragonés* (posteriormente denominado *café Matossi*)[26], y los renombrados *café de la Constancia* y *café Suizo* (planta baja de la casa del paseo de la Independencia, núm. 2, esquina con plaza de la Constitución, núm. 3), así como se abren nuevas fondas, como la fonda del Universo (el 1 de marzo de 1862, en calle de Don Jaime I)[27], y nuevos cafés, como el *café de la Iberia* (ubicado en el inmueble de Joaquín Mairal en paseo de Santa Engracia[28] –luego paseo de la Independencia, núms. 23 y 25–), inaugurado en 1860[29]; o el *café Universo* (paseo de la Independencia, núm. 14, llamado más tarde *café Universal*), que se fundó el 7 de octubre de 1862[30]. Por tanto, los nuevos establecimientos seguían agrupándose en la calle del Coso o en el paseo de la Independencia, dos de los enclaves urbanos más concurridos por la sociedad de la época (que también destacaban por su carácter comercial)[31] junto con la calle de Don Jaime I, que se conformó en estos momentos como espacio residencial y comercial.

La calle del Coso fue también el eje urbano elegido para la apertura de locales relacionados con la difusión de la cultura y del arte. De esta manera, en estos años se emplazaron en esta vía librerías[32] y estudios de artistas y fotógrafos, como el instalado temporalmente por Julio Planchart y Eduardo Ruiz (pintor de la Real Academia de Bellas Artes de San Carlos de Valencia) en 1859 (en el núm. 137, frente al *café de Gimeno*), con el fin de ejecutar retratos fotográficos de carácter artístico[33]; o el de los fotógrafos Júdez y García, establecido (en el núm. 130) en 1860[34]. Igualmente, los aledaños del Coso se convirtieron en foco de atracción para los artistas, así en enero de 1861 se abrió una

[26] El *café Aragonés* existió hasta 1865, año en el que un nuevo café (el *Matossi*) se situó en su local, muy próximo al *café Suizo*. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, jueves 2 de marzo de 1865, "Gacetillas", p. 3.

[27] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, sábado 1 de marzo de 1862, "Diario de Anuncios", p. 4.
En julio de 1865 la antigua fonda de las Cuatro Naciones y la del Universo se fusionaron en una sola (bajo el duplicado título de fonda de las Cuatro Naciones y del Universo). El edificio donde se refundieron fue el de la del Universo, en calle de Don Jaime I, núm. 52, y contaba, entre otras dependencias y en su planta baja, con un café de homónima denominación. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, domingo 9 de julio de 1865, "Gacetillas", p. 3.

[28] En este local, como se ha indicado anteriormente, estuvo situado el *café de las Delicias* hasta 1847, año en el que se instaló el *café Suizo*, que permaneció en este emplazamiento hasta 1856.

[29] En 1865 se acometió una reforma interior en este establecimiento, que contaba con un espacioso jardín (con capacidad para unas 180 mesas) en la parte posterior (paseo de la Independencia, núm. 27). *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, viernes 10 de noviembre de 1865, "Gacetillas", p. 3.

[30] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, martes 7 de octubre de 1862, "Diario de anuncios", p. 4.

[31] La calle del Coso y sus inmediaciones seguían conservando su carácter comercial con establecimientos como las confiterías y reposterías del *Buen Gusto*, *La flor de Almíbar*, *Casa Lac* y *El Siglo*.

[32] A este respecto, cabe destacar la Librería Pérez (calle del Coso, frente a la Audiencia) y la Librería española (calle del Coso, núm. 175), inaugurada en mayo de 1846.

[33] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, viernes 17 de julio de 1859, "Sección de Anuncios", p. 2.

[34] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, domingo 19 de febrero de 1860, "Sección de Anuncios", p. 3.
En abril de 1860 este gabinete fotográfico se trasladó a otro inmueble situado en esa misma calle del Coso, núms. 18 y 19. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, lunes 30 de abril de 1860, "Sección de Anuncios", p. 2. Sobre este tema, véase en bibliografía final: (Hernández, 2010).

Academia de Dibujo y Pintura (en calle alta de San Pedro, núm. 3)[35], bajo la dirección del pintor Nicolás Ruiz de Valdivia[36].

En este contexto, cabe mencionar la existencia de sociedades que más allá de sus reuniones promovían conferencias, exposiciones u otros eventos culturales, destacando entre ellas el Ateneo que fue –y sigue siendo–, desde su fundación en 1864, una de las instituciones con más influencia en la vida zaragozana[37].

En la década de los setenta, con la instauración de la restauración monárquica con Alfonso XII, en 1875, se inició un período de importantes transformaciones sociales y económicas. Muchos de los establecimientos antes citados se traspasaron o cerraron, aunque siguieron manteniéndose algunos, como los antiguos y prestigiosos *café de la Constancia*[38], *café Suizo* y *café Matossi* (paseo de la Independencia, núm. 8, esquina con calle del Cinco de Marzo)[39], y los de nueva creación como el *café de la Iberia* y *café Universal*[40], que continuaban amenizando las veladas de sus clientes con conciertos musicales. Además, seguían abiertos los cafés instalados en los bajos de las fondas de Europa[41] y de las Cuatro Naciones y del Universo.

En esta década se abrieron nuevos centros de encuentro social en la zona urbana que concentraba los más acreditados y concurridos cafés de la capital aragonesa, como el *café Oriental* (plaza de la Constitución, núm. 6), en 1872[42]; o el *café de París* (situado en la planta baja del edificio ocupado por el Casino Principal –con sede en la planta noble del palacio de Sástago–, en el Coso, núm. 56), el 2 de octubre de 1876[43]. Estos establecimientos con su denominación pretendían evocar por su modernidad los cafés parisinos y por sus decorados el exotismo de lejanas culturas en boga en aquellos momentos, que también eran tributadas en otros locales de la ciudad[44].

Asimismo, la vida cultural y social zaragozana se promovía en aquellos momentos con veladas musicales y literarias, como las organizadas por el Casino Mercantil, Industrial y Agrícola (calle del Coso, frente al Casino Principal) o por el Casino Artístico (calle del Temple), con representaciones teatrales (como las celebradas en el teatro Principal, teatro de Novedades, teatro Lope de Vega o, desde 1878, en el teatro de Pignatelli[45], espacios que estaban en funcionamiento en esa misma área y que acogían, por lo general, en sus instalaciones un café-*restaurant*), o con sesiones de baile y cante ofrecidas por cafés cantantes como el del *Cinco de Marzo*[46].

En la década de los ochenta seguían abiertos los acreditados *café de la Constancia* (que en 1881 pasó a denominarse *café de Londres*[47]), *café Suizo*, *café Matossi*, *café de la Iberia*[48] y *café Universal*, así como los de reciente inauguración como el *café Oriental* y *café de París*[49]. A éstos cabe sumar, los cafés instalados en los hoteles de Europa y de las Cuatro Naciones y del Universo[50], en los que se hospedaban o reunían personalidades destacadas del mundo de la política, cultura y arte[51].

[35] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, martes 29 de enero de 1861, "Diario de Anuncios", p. 4.

[36] Este pintor granadino se asentó en Zaragoza a finales de la década de los cincuenta. Para más información sobre este autor, véase en bibliografía final: (García, 1999).

[37] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, miércoles 2 de noviembre de 1864, "Gacetillas", p. 3.

[38] El decorado de este café fue renovado a principios de agosto de 1877. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, miércoles 22 de agosto de 1877, "Gacetillas", p. 3.

[39] En 1873 los dueños (Matossi, Monigatti y compañía) de este café le dotaron de un magnífico jardín, con entrada directa por la calle del Cinco de Marzo. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, lunes 16 de junio de 1873, "Gacetillas", p. 3.

[40] A partir del 12 de agosto de 1873 este establecimiento destinó parte del mismo a pastelería (centrándose a partir de este momento en este género). *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, sábado 11 de agosto de 1873, "Sección de anuncios", p. 4.

[41] En 1871, el *café de Europa* fue reformado y sus dos salones decorados con pinturas ejecutadas por el pintor Saleta. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, martes 11 de abril de 1871, "Gacetillas", p. 3.

[42] El viernes 21 de junio de 1872 se inauguró una elegante horchatería y cervecería en la plaza de la Constitución, núm. 6. Tres meses después se destinó también a café. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, domingo 23 de junio de 1872, "Gacetillas", p. 3.

[43] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, martes 3 de octubre de 1876, "Gacetillas", p. 3.

[44] Como es el caso de la perfumería La Oriental (calle del Coso, núm. 58), que abrió en 1875. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, martes 11 de septiembre de 1875, "Gacetillas", p. 3.

[45] Este teatro abrió sus puertas el 8 de agosto de 1878 en el paseo de la Independencia, núm. 29. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, sábado 10 de agosto de 1878, "Gacetillas", p. 3. Fue cerrado en 1914 y demolido un año después.

[46] Este café cantante se inauguró en diciembre de 1870 en calle del Cinco de Marzo. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, jueves 15 de diciembre de 1870, "Gacetillas", p. 3.

[47] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, miércoles 15 de junio de 1881, "Gacetillas", p. 3. En septiembre de 1885, Juan Olano como propietario de este café (que ocupaba hasta ese momento el amplio local de la planta baja del edificio situado en calle del Coso, núm. 39, esquina con calle de los Mártires, núm. 1) redujo el espacio destinado al mismo, quedando tan sólo a este establecimiento una puerta de entrada por la calle de los Mártires, núm. 1. Archivo Municipal de Zaragoza [A.M.Z.], Sección de Policía Urbana, Mercado y ferial, Caja 1.547, expediente núm. 1.061: "D. Juan Olano pide autorización para cambiar la farola que hoy existe en la puerta del café de Londres situada ésta en la calle de Cinegio, por otra de mayores dimensiones y más luminosa", 1886.

[48] En 1883, la decoración de este café fue renovada. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, sábado 6 de octubre de 1883, "Gacetillas", p. 2.

[49] Este café fue decorado en 1884 por el pintor y escenógrafo madrileño Limones. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, lunes 7 de julio de 1884, "Anuncios", p. 4.

[50] En 1881 se anuncia como Hotel de las Cuatro Naciones y del Universo. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, martes 5 de julio de 1881, "Sección de anuncios", p. 4.

[51] José Zorrilla se hospedó, en mayo de 1883, en el hotel de Europa. Este poeta vino a Zaragoza para tomar posesión de la presidencia honoraria de la sección de Literatura del Ateneo. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, jueves 17 de mayo de 1883, "Gacetillas", p. 3.

Además, en esta década de los ochenta, se mantuvo el desarrollo de los cafés, que se había iniciado a partir de mediados del siglo, con la apertura de otros de envergadura como el *café de Ambos Mundos*, el 3 de octubre de 1881; o el *café Gambrinus*, el 28 de mayo de 1889, que se emplazan en pleno centro urbano. Estos dos cafés inauguran un nuevo tipo de establecimiento: espacioso, confortable y ostentoso, en la línea de los existentes en otras ciudades españolas y europeas.

El *café de Ambos Mundos* (ubicado en la planta baja de un inmueble recién construido al final de los porches del paseo de la Independencia, núms. 30-32) contaba, entre otros departamentos, con un amplio salón (decorado por Alejo Pescador con cuatro figuras que representaban Asia, África, Europa y América), un gabinete en cada uno de los lados y una sala de billares. Entre las cuatro naves o divisiones (definidas con columnas de hierro dispuestas en línea) en las que se distribuyó longitudinalmente este salón se dispusieron doscientas ocho mesas de mármol[52]. Destacaba por su luminosidad (gracias a sus amplios ventanales) y dimensiones (de hecho, estaba considerado como uno de los más grandes de Europa), conseguidas por el uso del hierro en su construcción, siguiendo así las tendencias estéticas dominantes. Tenía además un *restaurant* y un jardín, donde en las noches de verano se ofrecían veladas musicales que ampliaban el programa de conciertos diarios que tanta concurrencia llevaban a este establecimiento.

En este café se fueron realizando mejoras a lo largo de su existencia. Así, dentro del período objeto de estudio, hay que decir que en 1889 fue completamente reformado (decoración general del salón –*en estilo renacimiento*– y artesonado del techo, colocación de espejos, etc.)[53] (fig. 8). Este establecimiento llegó a convertirse en un referente en nuestro país, pero su prestigio no le salvó de su cierre el 2 de septiembre de 1955[54].

Por su parte, el 28 de mayo de 1889, Pablo Gil abría el *café Gambrinus* (el rey germánico inventor de la cerveza), en la planta baja de la casa de la plaza de la Constitución, núm. 1 (en un local anteriormente ocupado por el *café Español* y luego por una horchatería, y junto al edificio de la Diputación Provincial –fig. 9–), al estilo de las modernas *brasseries* de París. Este acreditado café, en el que se daban cita numerosos contertulios, fue clausurado

Fig. 8 – *Interior del salón del* café de Ambos Mundos, hacia finales del siglo XIX-primera década del siglo XX. Fuente: colección particular

en 1968[55], y la ciudad vio desaparecer uno de sus últimos cafés tradicionales.

Estos cafés además de lugares de entretenimiento y centro de la vida social, eran también, en la mayoría de las ocasiones, espacios para el intercambio de ideas. De este modo, en el *café de Europa* se reunían literatos, periodistas y otras personalidades destacadas del mundo de la política y de la cultura. Por él pasaron ilustres personajes del teatro como María Guerrero (que tomaba allí café cuando actuaba en el teatro Principal); políticos como Segismundo Moret[56] o José Canalejas (Araiz, 1946: 5); o aficionados taurinos –que se congregaban en torno a los diestros que toreaban los días de las corridas del Pilar (Suárez, 1946: 11)–. Por su parte, el *café Suizo* era el lugar favorito de los toreros y seguidores de la tauromaquia; el *café de la Iberia* acogió hombres ilustres como Santiago Ramón y Cajal, quien acudía asiduamente, durante su residencia en Zaragoza, a jugar partidas de ajedrez (Ramón y Cajal, 2000: 276); o el *café Matossi*, fue elegido por los artistas como lugar de encuentro (Blasco, 1946: 7).

En la última década del siglo continuaban abiertos renombrados cafés como el *Suizo*, *de Londres*, *Matossi* (que en 1899 pasó a

[52] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, lunes 3 de octubre de 1881, "Gacetillas", p. 3.

[53] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, martes 18 de junio de 1889, "Crónica del día", p. 2.

[54] *Heraldo de Aragón*, Zaragoza, viernes 2 de septiembre de 1955, "Otro café desaparece. El cierre de Ambos Mundos", p. 4.

[55] Poza, G., "Zaragoza: Ha cerrado "Gambrinus", el último café tradicional", *La Vanguardia española*, miércoles 11 de diciembre de 1968, p. 11. Este local pertenece actualmente a la Diputación Provincial de Zaragoza.

[56] Segismundo Moret estuvo en varias ocasiones en Zaragoza. Así, como ministro de Fomento realizó una estancia en esta ciudad a mediados de octubre de 1893. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, martes 17 de octubre de 1893, "Crónica del día", p. 3.

Fig. 9 – *Aspecto de la plaza de la Constitución (hoy de España) y el* café Gambrinus *(abajo a la derecha)*, hacia la década de los diez del siglo XX. Fuente: Archivo Municipal de Zaragoza, signatura: 00131

denominarse *café de E. Flores*)[57], *de la Iberia*[58], *de París*, *de Ambos Mundos* o *Gambrinus*, que estaban situados en los puntos más céntricos de la ciudad. Asimismo, funcionaban los cafés instalados en los hoteles de Europa[59] y de las Cuatro Naciones y del Universo, que seguían acogiendo a personalidades destacadas de la época. Así, en el primero citado se hospedaron, a finales de mayo de 1892, A. N. Prentice y Herbert Rimmel (miembros de la Real Sociedad de Arquitectura y Pintura de Londres)[60].

En estos establecimientos proseguían los magníficos conciertos ofrecidos por reputados concertistas y otros espectáculos variados. También alguno de estos cafés se involucró a nivel político y social apoyando las campañas militares y políticas del momento. Así sucedió, por ejemplo, con el *café de París*, en el que se dieron obsequios (café, licores y cigarros) a las tropas expedicionarias zaragozanas destinadas a Cuba y Filipinas, por lo que por esta generosa demostración, el consistorio municipal concedió en febrero de 1897 a sus dueños el poder usar el escudo de armas de la ciudad, autorizándoles para que pudieran colocarlo en el establecimiento y en cualquier documento u objeto empleado en su servicio (fig. 10)[61].

En estos años noventa se abrieron nuevos locales, como el *café de Levante* (fundado en 1895 por Agustín Charles junto a la Puerta del Carmen –en la actualidad situado en calle de Almagro, núm. 4–)[62]. Además, la sociedad zaragozana seguía contando con una amplia oferta de ocio en la ciudad: teatros, ferial, espectáculos taurinos o programas circenses o gimnásticos. Paralelamente la ciudad recibió la temprana llegada del cinematógrafo que pronto se convirtió en un espectáculo que tuvo una gran recepción y difusión[63].

Muchos de estos antiguos cafés ubicados en zonas céntricas y destacadas de la capital aragonesa lograron sobrepasar las fronteras del siglo XX (como el *café Suizo*[64], el *café de Europa*[65] o el *café de la Iberia*[66]) pero poco a poco fueron desapareciendo (salvo el caso excepcional del *café de Levante*), al no poder modernizarse y transformarse en la cafetería en boga. En otros casos, estos

[57] Evaristo Flores era hijo del propietario del *café Matossi*. *Heraldo de Aragón*, Zaragoza, viernes 3 de noviembre de 1899, "Noticias", p. 1.

[58] A finales del año 1889 este café tuvo que cerrar sus puertas ante la declaración en quiebra de sus propietarios y fue puesto en arriendo en enero de 1890. A finales de este año, su propietario hizo una serie de reformas con el fin de establecer nuevamente un café, con la denominación también de *café de la Iberia*, que se abrió al público el 1 de enero de 1893. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, domingo 1 de enero de 1893, "Crónica del día", pp. 2-3.

[59] El 30 de septiembre de 1893 se inauguró en su planta baja un elegante salón, donde se servían chocolates, pastelería y vinos, siguiendo el ejemplo del *café Suizo* de Madrid. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, jueves 28 de septiembre de 1893, "Crónica del día", p. 2.

[60] *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, viernes 3 de junio de 1892, "Crónica del día", p. 3.

[61] A.M.Z., Sección de Gobernación, General e Indiferente, Caja 1.620, expediente núm. 316: "Moción del sr. Mermejo para que se conceda a los dueños del café de París el uso del escudo de la Ciudad por los obsequios que hicieron a las tropas que salieron para Cuba y Filipinas", 1897.

[62] Agustín Charles abrió un café que comunicaba con su tienda de ultramarinos (situada junto a la Puerta del Carmen) y que tenía su entrada principal por el paseo de Ronda, también llamado paseo de la Lealtad, núm. 4. En abril 1927 se trasladó a un local emplazado en la planta baja de un inmueble recién construido en paseo de Pamplona, núm. 9, donde permaneció hasta 1976. El café, que cerró en ese año, volvió a abrir el 21 de diciembre de 1977 en su nueva y actual ubicación de la calle de Almagro. Véase en bibliografía final: (Lafoz, 1996) y (Ruiz, 2005: 220).

[63] Sobre este tema, y sobre los teatros, salones y circos existentes en este período, véase en bibliografía final: (Martínez, 1997 y 2003).

[64] Este café desapareció en 1916 cuando sus locales pasaron a propiedad del Banco Hispano Americano, siendo reformado para adaptarlo a su nuevo destino: sucursal bancaria. *Heraldo de Aragón*, Zaragoza, viernes 2 de junio de 1916, "Noticias", p. 4. En la actualidad, este amplio local está ocupado por una tienda de cosméticos.

[65] El Hotel Europa (junto con su café) se cerró en enero de 1931. Tras su demolición, se levantó en su solar un edificio destinado a sucursal del Banco de España (cuyo proyecto se redactó en 1933).

[66] En 1908 el propietario de este café, Manuel Pardo, modificó su distribución y los usos del solar donde estaba emplazado. Esto conllevó que se redujeran sus dimensiones (y que cambiase su nombre por el de *café de España*, que se mantuvo hasta 1915) y que el resto del terreno, incluido el jardín situado en la parte posterior del inmueble, fuera utilizado para levantar sobre él el teatro-cinema Parisiana. Así, en el solar de la calle de San Clemente (antiguo jardín del *café de la Iberia*) se ubicó el Parisiana, que fue inaugurado el 30 de abril de ese año. La entrada principal, los vestíbulos y los pasillos de acceso se situaron en los locales del antiguo *café de la Iberia* que no habían sido ocupados por el nuevo *café de España*. La sala de espectáculos y el escenario se construyeron detrás del edificio núm. 25 de Independencia, sobre el espacio del antiguo jardín. A.M.Z., Sección de Fomento, Licencias de obras, Caja 1.064, expediente núm. 794: "Manuel Pardo. Obras, Independencia, 25", 1910.

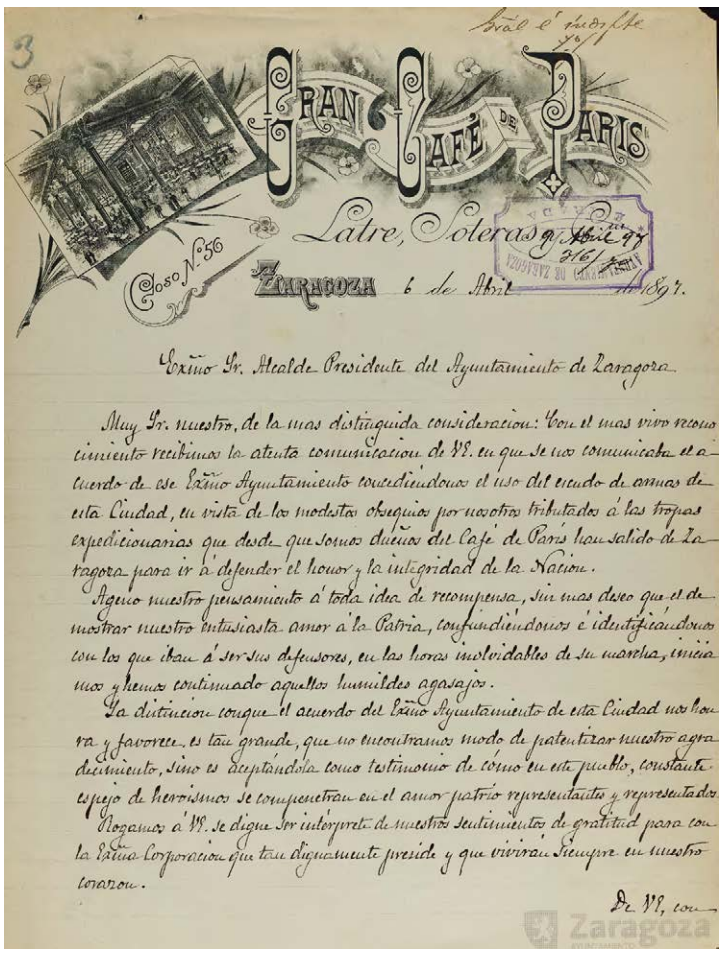


Fig. 10 – *Contestación remitida por los propietarios del* café de París *al Ayuntamiento de Zaragoza el 6 de abril de 1897, tras haber recibido su comunicado para poder usar el escudo de armas de la ciudad.* Fuente: Archivo Municipal de Zaragoza

establecimientos fueron cambiando de propietarios y de denominación, como ocurrió con el amplio local ocupado por el antiguo *café de E. Flores*, en el que se emplazarían posteriormente el *café Central* (1906)[67] y, en 1934, el *café Alaska*, que terminaría igualmente desapareciendo.

A ellos se fueron sumando otros cafés a comienzos de la pasada centuria, que también cerraron sus puertas, entre otros, establecimientos de la talla del *café Oriental*[68], que, en 1900, se instaló en la planta baja del edificio situado en Coso núm. 39, que hace esquina con calle de los Mártires (es decir, con la entrada del Tubo). Por tanto, se emplazó en el local que había ocupado el *café de Londres* hasta ese momento; o del *café Moderno*, situado en 1902 en la planta baja de la casa de la calle del Coso, núm. 17, angular a la calle de Alfonso I, núm. 1[69]. Estos cafés no introdujeron ninguna variación respecto al modelo de café conformado en el último cuarto de siglo.

Con ellos desaparecieron el deleitoso aroma a café tostado, los espejos profundos en los que se asomaba el pasado y reposaba el humo, y, especialmente, la intimidad y sosiego necesarios para la celebración de tertulias y encuentros sociales.

6. Epílogo

A través de estas líneas ha quedado constatado el valor social y cultural desempeñado por el café en la sociedad europea contemporánea. Algunos de estos cafés históricos han llegado hasta nuestros días, mientras que de otros sólo podemos lamentar su pérdida. Ha habido tertulias en los cafés de siempre y en muchas ciudades, en las que se gestaron movimientos o tendencias de importancia intelectual.

Estos establecimientos se instalaron, dentro del tejido de sus ciudades, en áreas destacadas (por lo general, en las calles y plazas más transitadas y espaciosas, que concentraban la vida social y la actividad cultural-artística) y en boga en aquellos momentos, y próximos entre sí y a otros espacios destinados al ocio y al entretenimiendo, formando de este modo una importante zona urbana.

Con la entrada del siglo XX, el café como institución fue perdiendo paulatinamente peso en la vida ciudadana y muchas de las relaciones que hasta entonces se desarrollaban en ellos se desplazaron a otros ámbitos, se redefinieron o desaparecieron.

7. Bibliografía

Araiz, A. (1945). "Evocación de los viejos cafés de grandes espejos y mármoles blancos" en *Amanecer*. Zaragoza, domingo 2 de junio de 1946, p. 5.

Blas Vega, J. (2006). *Los cafés cantantes de Madrid (1846-1936)*. Madrid: Ediciones Guillermo Blázquez.

Blasco, J. (1946). "Reportajes retrospectivos" en *Hoja del lunes*. Zaragoza, 21 de enero de 1946, p. 7.

Bonet Correa, A. (2012). *Los cafés históricos*. Madrid: Cátedra.

[67] *Heraldo de Aragón*, Zaragoza, jueves 15 de marzo de 1906, "Espectáculos", p. 3.

[68] Este café fue inaugurado el viernes 20 de julio de 1900. *Heraldo de Aragón*, Zaragoza, sábado 21 de julio de 1900, "Noticias", p. 2.

[69] Este café abrió sus puertas el 1 de octubre de 1902. *El Diario de Zaragoza*, Zaragoza, miércoles 1 de octubre de 1902, "El Café Moderno", p. 1.

Crespelle, J. P. (1983). *La vida cotidiana en el Montmartre de Picasso*. Barcelona: Editorial Argos-Vergara, S.A.

Chevallier, A. (1862). *Du Café son historique, son usage, son utilité, ses altérations, ses succédanés et ses falsifications*. París: J.- B. Baillière et Fils.

Dees, K. (2002). *The role of the Parisian café in the emergence of modern art: an analysis of the nineteenth century café as social institution and symbol of modern life* (Thesis). Louisiana: Louisiana State University.

Dejean, J. (2008). *La esencia del estilo. Historia de la invención de la moda y el lujo contemporáneo*. San Sebastián: Nerea.

Espina, A. (1995). *Las tertulias de Madrid*. Madrid: Alianza Editorial.

García Guatas, M. (1999). "Formación de la colección artística de la Universidad de Zaragoza" en *Artigrama*. Zaragoza: Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza, pp. 433-448.

Hernández Latas, J. A. (2010). *Primeros tiempos de la fotografía en Zaragoza* (catálogo de la exposición). Zaragoza: Cajalón.

Lafoz Rabaza, H. (1996). *La vida o el Café de Levante*. Zaragoza: INO Reproducciones S.A.

Martínez Herranz, A. (1997). *Los cines en Zaragoza*, *1896-1936*. Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza.

Martínez Herranz, A. (2003). *La arquitectura teatral en Zaragoza. De la Restauración borbónica a la Guerra Civil (1875-1939)*, vols. I y II. Zaragoza: Institución "Fernando el Católico".

Merck, B. (2010). *La literatura de la bohemia vienesa: Peter Altenberg*. Huelva: Universidad de Huelva.

Pérez, D. (1926). *Heraldo de Aragón*, Zaragoza, domingo 15 de agosto de 1926, "Desde Madrid. Fornos-Maxim-Fornos", p. 9.

Ramón y Cajal, S. (2000). *Obras selectas*. Madrid: Espasa Calpe.

Ravaglioli, A. (1997). *I caffé storici di Roma. Storie, curiosità, personaggi tra cultura e mondanità*. Roma: Newton&Compton editori.

Ribagorda, Á. (2009). *Caminos de la modernidad. Espacios e instituciones culturales de la Edad de Plata (1898-1936)*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

Ruiz Marín, J. (2005). *Zaragoza ayer y hoy. Estampas y noticias*. Zaragoza: Delsan ediciones.

Seigel, J. (1986). *Bohemian Paris. Culture, Politics, and the Boundaries of Bourgeois Life, 1830-1930*. New York: Penguin Books.

Shattuck, R. (1991). *La época de los banquetes. Orígenes de la vanguardia en Francia: de 1885 a la Primera Guerra Mundial*. Madrid: Visor Distribuciones S.A.

Suárez, S. (1946). "Cincuenta y dos años a pie de la cafetería" en *Amanecer*. Zaragoza, jueves 18 de julio de 1946, p. 11.

Tudela, M. (1985). *Aquellas tertulias de Madrid*. Madrid: Editorial El Avapiés, S.A.

Tudela, M.; Esteban, J.; Ley, C. D. y Kaydeda, J. M. (1988). *Café Gijón. 100 años de historia, nombres, vidas, amores y muertes*. Madrid: Ediciones Kaydeda.

Valverde, J. M. (1990). *Viena, fin del Imperio*. Barcelona: Editorial Planeta, S.A..

Vázquez Astorga, M. (2014) "Los antiguos cafés de Zaragoza en el siglo XIX" en *Brocar*. Logroño: Universidad de La Rioja, pp. 211-239.

Villar, P. (2008). *La ciudad de los cafés. Barcelona, 1750-1880*. Barcelona: Edicions La Campana y Ajuntament de Barcelona.

Yeste Navarro, I. (2004). "Reforma interior y ensanche en la segunda mitad del siglo en Zaragoza: el plano geométrico" en *Artigrama*. Zaragoza: Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza, pp. 427-451.

ÍNDICE ▷

PUBLICIDAD Y CIUDAD: LA CONSTRUCCIÓN DEL UNIVERSO SIMBÓLICO. EL CASO DE NISSAN Y HUGO BOSS

Rosana Bazaga Sanz
Universidad de Málaga

Esther Simancas González
Universidad de Cádiz

1. Introducción

La publicidad es un fenómeno que trasciende el acto comercial o comunicativo para convertirse en algo social, que nos afecta a todos y que es capaz de modificar hábitos, usos, costumbres e incluso paisajes urbanos. En este proceso la comunicación publicitaria utiliza recursos y símbolos para construir un universo de anhelos y necesidades al que asocia productos, bienes o servicios y marcas. La sofisticación de este juego de signos y referentes pasa por aprovechar conceptos socialmente reconocibles y asociarlos con el *objeto* anunciado. En muchas ocasiones la relación entre símbolo y *objeto* está justificada por las características de uso del propio producto, pero en otras la asociación es más abstracta y responde a la necesidad de satisfacer deseos complejos, más relacionados con la construcción de roles aspiracionales que con las necesidades físicas o materiales del individuo. A medida que la sociedad de consumo evoluciona, los símbolos que la publicidad utiliza para llegar hasta ella cambian. El lenguaje publicitario experimenta una continua adaptación al medio en un intento por hablar el mismo idioma que los interlocutores del mensaje, y para ello recurre a lugares comunes y a conceptos de alta carga significante.

A lo largo de la historia, la construcción y significancia de los núcleos poblacionales urbanos ha sido un factor determinante dentro del desarrollo del arte, la cultura y la identidad del individuo. La ciudad como concepto, como referente común, es un recurso simbólico que la publicidad ha utilizado prácticamente desde sus orígenes. En la actualidad podemos observar numerosas campañas publicitarias en las que de una u otra forma la ciudad forma parte del mensaje. ¿Qué lugar ocupa dentro de la sintaxis publicitaria?, ¿Qué tipo de valores transmite al producto anunciado? En el presente artículo intentaremos analizar algunas de estas campañas para depurar el papel de la ciudad como actor publicitario y aclarar qué significados aporta dentro del discurso.

2. Marco teórico

La publicidad es un tipo de comunicación que nace y se desarrolla a partir de la hegemonía del capitalismo en el siglo XIX (Sánchez: 1982: 12), en aquellos lugares donde se practica el libre mercado como consecuencia de una incipiente actividad comercial y, una vez que la industria empieza a producir mercancías que superan los niveles de demanda tradicionales. La acumulación de capitales y personas en torno a las ciudades, la convierte en escenario clave del intercambio mercantil, un espacio donde la competencia y el posicionamiento demandan estrategias comunicativas especiales que ponen en contacto a vendedor y comprador ahora que ya se han roto los vínculos personales que existían entre estos. Es la publicidad, por tanto, un tipo de comunicación construida en este contexto, para persuadir, convencer, resaltar y finalmente vender. La ciudad es el campo de batalla donde esto ocurre, un entorno poblado de individuos, grupos, mensajes, edificios, infraestructuras y lugares públicos.

Como señala Eguizábal, "la historia de la publicidad está ligada a la historia de las ciudades" (Eguizábal, 1998: 19). En efecto la actividad comercial de las ciudades ha sido origen y causa

del fenómeno publicitario. Publicidad y ciudad constituyen un *tándem* cuyos componentes han experimentado un desarrollo parejo a lo largo de la historia. La relación entre ambos conceptos va más allá de lo pragmático y constituye un factor fundamental en la construcción del paisaje y de lo urbano como escenario social para el ser humano. Este vínculo natural, que se prolonga hasta nuestros días, determina en cierta forma la manera en la que interactuamos con la urbe y nuestra propia conducta como ciudadanos. Asimismo, la ciudad se ha utilizado como recurso dentro del mensaje publicitario, como soporte para transmisión del mensaje y como mensaje mismo. A través de la observación y el análisis del fenómeno podemos comprender la simbiosis que se produce entre publicidad y ciudad, así como la sinergia que ello supone.

El hecho de que la publicidad se ha desarrollado mayoritariamente en entornos urbanos, ha significado que social y físicamente siempre ha formado parte de la ciudad, creciendo y evolucionando con ella, hasta tal punto, que una ciudad sin publicidad se haría casi irreconocible. Dentro del entorno urbano asistimos a muchos casos de actuaciones publicitarias que definen la estética de la ciudad. Uno de ellos es la función que la arquitectura adopta como soporte publicitario. Es una relación importante en cuanto a que afecta al desarrollo físico de ambas, sin embargo no es un contacto aséptico y meramente formal. Podemos observar que existe una contaminación de contenidos y mensajes que se produce de forma recíproca. Arquitectura y publicidad constituyen una dualidad que en ocasiones trasciende el espacio físico urbano.

El efecto que la inserción de la comunicación comercial ha causado en el paisaje es obvio, y si echamos la vista atrás podemos constatar que la esencia del golpe publicitario en la calle no ha cambiado mucho. El siglo XIX se caracterizó por explotar el trazado urbano con fines comerciales gracias a la expansión de la imprenta y el uso del cartel. Ya era bastante común ver carros móviles con columnas preparadas para la inserción de carteles a principios de la década de 1820 circulando por las calles de ciudades como Londres. El pegado masivo de publicidad impresa en paredes y fachadas derivó en una auténtica saturación gráfica del entorno que pronto se convirtió en una de sus características básicas.

La incorporación de la publicidad en lo cotidiano ha culminado con una asimilación por parte del transeúnte que la considera metonimia de lo urbano. El desarrollo del mensaje publicitario, su complejidad y la tecnología que le da soporte ha evolucionado con la fisionomía de la urbe, que ha incorporado los avances técnicos correspondientes y medios de comunicación, creando una estética visual propia.

En esta relación ciudadano-publicidad el diálogo se hace inevitable, y en su carácter público la publicidad descubre su vulnerabilidad como informadora vertical de grupos de poder. En este sentido en los centros de las ciudades es bastante común observar pintadas espontáneas sobre vallas publicitarias o carteles de gran tamaño, con intención *ridiculizante*, correctora, o reivindicativa. El lenguaje de la ciudad está vivo, es democrático y en cierta medida incontrolable. Los *grafittis* y el arte urbano en las medianeras proporcionan un estilo característico relacionado con valores como juventud, rebeldía, creatividad, etc. que recaen sobre la ciudad plenamente.

Estas intervenciones de lo publicitario en lo urbano contribuyen a lo que conocemos como estética urbana, y forman parte de la imagen que la ciudad proyecta sobre la sociedad. Los grandes anuncios luminosos de *Picadilly Circus*, en Londres, o los neones que invaden las calles del barrio de Shibuya, en Tokio, se han establecido como indicios máximos de actividad urbana. La luz artificial iluminando la noche es un epítome del poder del hombre sobre la naturaleza. No es casual su uso como signo de magnificencia humana. Virilio señala que "la intensidad de la iluminación señala la prosperidad económica de las personas, de las instituciones, el *'furor por el brillo' de las nuevas élites (…)"* (Virilio, 1998: 20). La electricidad es uno de los avances tecnológicos más espectaculares, y junto con los transportes transmite la idea de un mundo en movimiento, en constante actividad. Virilio (1997) relaciona la velocidad directamente con el poder y el progreso. La ciudad en su ritmo incesante comunica ese avance imparable. La propagación de estas *ideas* de ciudad se realiza con el apoyo de los medios, jugando la publicidad un papel fundamental. El uso de lo urbano como recurso gráfico, retórico y simbólico en el mensaje publicitario influye en la construcción de la imagen de ciudad, y en la forma en la que los ciudadanos perciben la misma.

En la Figura 1 podemos ver un anuncio impreso de 1877 en el que ya se explota la cualidad simbólica de las infraestructuras, aunque no se representa la *ciudad* en sí, hay un culto al triunfo de la civilización, al comercio y a la actividad mercantil que caracteriza al bullicio del núcleo urbano. Es interesante comentar que en esta ilustración, la representación del puente de Brooklyn (Nueva York) poco tiene que ver con la naturaleza del emisor de la comunicación: la tienda de pieles de Mulford, Cary & Conklin. La intencionalidad de los propietarios del negocio no

Fig. 1 – Anuncio gráfico de la compañía Mulford, Gary & Conklin (1877). Fuente: AAP en EGUIZÁBAL, R. (1998: 160)

Fig. 2 – Campaña publicitaria de la compañía de calzados Pony (2009). Fuente: http://www.fashionwindows.net/2009/03/pony-launches-2009-ad-campaign/

es otra que impregnarse de los valores del entorno reproducido: magnificencia, progreso, modernidad, etc.

Es un error pensar que este tipo de asociaciones, no exentas de cierta inocencia, están presentes sólo en protopublicidad. En la actualidad nos topamos con el mismo tipo de vínculo entre producto-entorno.

En la figura 2 también vemos, como 120 años después una empresa de zapatillas deportivas utiliza exactamente el mismo recurso con la misma finalidad. La campaña publicitaria del 2009 de la compañía Pony, en Nueva York, aprovecha el carácter significante del puente, completando el mensaje con el *skyline* de la ciudad. En este caso el zapato es un actor activo que forma parte de la ciudad como un elemento natural. En un ejercicio de *metonimia por contigüidad,* deducimos que el cliente que utiliza el calzado *Pony,* tiene literalmente Nueva York a sus pies.

En este punto es necesario hacer una referencia a la creación de la *ciudad-símbolo* y su uso dentro del contexto publicitario. En este proceso, a través del cual un edificio se convierte en símbolo identitario de un lugar o una comunidad, tiene mucho que ver el concepto de patrimonio cultural. Como afirma Gaona, en la configuración de patrimonio la publicidad es un agente activador muy importante. Es muy interesante la reflexión que realiza la autora cuando hace alusión a la incorporación de la Torre Agbar en el patrimonio urbano y cultural de Barcelona: *"no tanto en una presencia directa en la calle, sino en los spots de televisión y anuncios de prensa"* (Gaona, 2007: 185).

El debate sobre lo patrimoniable hace que nos cuestionemos la tradición histórica como *conditio sine qua non*. Para crear patrimonio no es necesario un vínculo con el pasado. La construcción de las ciudades-símbolo se realiza a través de la imagen y el reflejo social de los *media*. Las marcas han utilizado estos recursos en un intento por contagiarse del complejo conjunto de valores y experiencias asociadas a los mismos. Los vínculos marca-ciudad son muy frecuentes, sobre todo en el sector *premium*, es el caso de Bourjois y París, Rimmel y Londres, Burberry y Londres, Maybelline y Nueva York, DKYN y Nueva York, etc.

¿Cómo llega a convertirse la ciudad en continente de un universo simbólico tan complejo? Si utilizamos la terminología de Maslow[1], podemos localizar en la base de su pirámide el lugar correspondiente a la necesidad de un entorno físico que constituya nuestro hábitat. Un espacio seguro y cómodo para vivir que nos permite una interrelación social y una satisfacción básica de carencias.

Sin embargo, entendemos la ciudad como algo más que un lugar con edificios y personas. Es un espacio marcadamente social en el

[1] La *Pirámide de Maslow o Jerarquía de las necesidades humanas,* es una teoría psicológica desarrollada por Abraham Maslow en su obra *A Theory of Human Motivation* (1943), que obtuvo mucha repercusión en el campo de la comunicación y la publicidad y que goza de total vigencia. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide).

que el individuo establece un diálogo con sus semejantes y con la ciudad misma. Un lugar en el que la diversidad y el intercambio que de ella deviene genera un sincretismo cultural y estético, en el que el habitante necesita reafirmar su identidad para no diluirse en el conjunto. Es en esta dimensión donde la ciudad satisface la necesidad de autorrealización del ser humano.

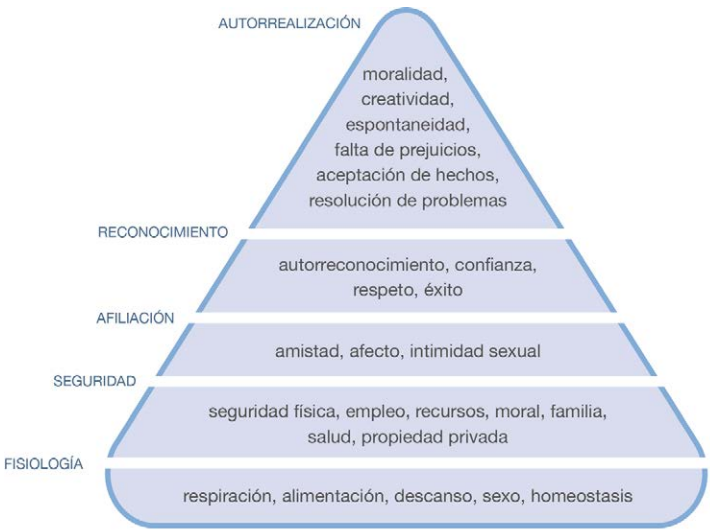


Fig. 3 – La pirámide de Maslow. Fuente: R. Bazaga y E. Simancas

Progreso, poder, luz, avance, tecnología, creatividad, convivencia… son valores que conforman el concepto *ciudad*. La publicidad está hambrienta de símbolos y necesita referentes de anclaje en sus mensajes para poder vehicular los significados hasta las marcas y los productos anunciados. Como nos recuerda Vizcaíno, los rascacielos simbolizaron en sus orígenes la superación del reto tecnológico (Vizcaíno, 2007: 131). Desde la exaltación de la máquina como símbolo de progreso en los años 30, hasta la imagen sensual y sofisticada que podemos leer en la *ciudad* que hoy nos enseña la publicidad, lo urbano ha recorrido un largo camino a través del cual se ha ido cargando de significados y valores. En este proceso de afianzamiento del símbolo, los *media* en general y la publicidad en particular han tenido una función propagadora fundamental.

Vivimos en una aldea global, hiperconectada, en el que la legitimación de la realidad continúa siendo responsabilidad de los medios, que utilizan la imagen como su herramienta principal: *"Los medios de comunicación no trabajan con discursos sino con flashes e imágenes. Se da, por tanto, una reducción de la historia a la imagen"* (Virilio, 1997: 59).

Es un hecho que la publicidad, en esta dimensión mediática, ayuda a configurar el imaginario colectivo de la sociedad (Gaona, 2007: 183). Asistimos a un fenómeno social en el que el individuo no sólo busca su afirmación con el consumo de ciertos productos, sino que forma parte de un círculo dialéctico con la publicidad. Los *media* tienen una función comercial educadora, en la que promueven un tipo de consumo y de relación con el entorno. La publicidad define estilos de vida y los fomenta esperando una determinada conducta social como resultado. En esta transformación que el individuo experimenta al modificar sus hábitos, el mensaje persuasivo se ve forzado a reconfigurarse aprehendiendo la transformación del receptor, en un diálogo continuo que determina y construye la cultura popular contemporánea.

Los mecanismos que utiliza la comunicación persuasiva para convencer son variados, pero el uso del símbolo está presente en casi todos. La publicidad, en tanto que representante de realidades imaginarias y creadora de universos deseados, se postula como una de las creadoras de signos y significantes culturales.

El papel que la ciudad ha jugado como símbolo dentro del mensaje publicitario ha sido definido por la forma en la que los ciudadanos la perciben, y esta percepción ciudadana ha estado conducida en cierta forma por la publicidad y los medios. La relación entre ambas se vuelve por lo tanto muy estrecha. La construcción de la ciudad a través de la publicidad se ha llevado a cabo a través de una simbología compartida que evoluciona y muta como consecuencia del acto comunicacional, vivo y cambiante. Analizar la sintaxis del mensaje y sus recursos esclarece el papel actual que la imagen de la ciudad tiene en el mensaje publicitario y cómo es recibida por el receptor del mensaje.

3. Objetivos

Sin más pretensiones que continuar (re)pensando la simbiótica relación entre publicidad y ciudad, este trabajo se centra en analizar los últimos *spots* estrenados en nuestro país, de dos marcas producto: el nuevo Nissan Qashqai y los perfumes Hugo Man y Hugo *Just Different*[2]. Con este análisis abarcamos una horquilla de tiempo actual pero de cierta amplitud, ya que si bien

[2] Para visualizar las piezas: https://www.youtube.com/watch?v=KwYKfcRQEfY (Nissan); https://www.youtube.com/watch?v=V8SRS1PolmE (Hugo Boss).

el spot de Nissan Qashqai fue estrenado en enero de 2014, el anuncio seleccionado para análisis de los perfumes Hugo se lanzó en 2011. No obstante, la vigencia del mensaje queda patente en la web oficial del producto en la que remiten a la misma campaña, firmada con el eslogan "It's your turn". La elección del objeto de estudio no es baladí, puesto que ofrece la oportunidad de concretar cómo marcas –y productos– pertenecientes a sectores diferentes, automoción y perfumería, utilizan la ciudad en su discurso publicitario actual. Este análisis puede brindar algunas claves para comprobar si este aprovechamiento y utilización del concepto ciudad viene justificado por las características de uso del producto publicitado o, bien, si su uso como recurso simbólico supera esta relación.

El examen contribuirá sin duda a afinar la cuestión principal que se plantea en este trabajo: la publicidad en su constante necesidad de conectar con el público utiliza en sus discursos símbolos y conceptos socialmente reconocibles y con gran capacidad connotativa. La ciudad se convierte de este modo en un recurso publicitario especialmente interesante al recrear un universo simbólico al que se adscriben las marcas y también los públicos.

4. Metodología

Para poder responder adecuadamente a los objetivos marcados en esta investigación, la herramienta metodológica escogida ha sido el análisis de contenido, que en palabras de Bardin puede describirse como: "toda iniciativa (…) que consista en explicitar y sistematizar el contenido de los mensajes y la expresión de ese contenido con ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con el objetivo de efectuar deducciones lógicas y justificadas" (Bardin, 1996: 32).

Esta herramienta va a permitirnos obtener una interpretación fundamentada de los spots en los puntos que nos interesan: determinar la imagen de la ciudad que se transmite y medir su valor simbólico como recurso publicitario. Basándonos en estos dos pilares, se ha elaborado un cuadro de análisis.

5. Resultados

Los resultados obtenidos no pueden considerarse una prueba irrefutable, pero constituyen una ilustración que permite corroborar los presupuestos establecidos:

Registro visual de la ciudad dentro del spot
Técnica audiovisual utilizada para representar la ciudad
Grado de representación icónica de la ciudad ¿Imagen de la ciudad en color o en blanco y negro?
¿Qué elementos urbanos aparecen en el anuncio?
¿Aparece una ciudad concreta reconocible? (a través de algún edificio, monumento, icono, etc.)
¿La ciudad se representa durante el día o durante la noche?
Tipos de planos en los que aparece la ciudad, posición de la cámara y movilidad.
Registro sonoro
Locución ¿Se hace mención a la ciudad o a lo urbano? ¿Qué tipo de figuras retóricas se emplean?
Música ¿Qué tipo de música se reproduce durante el spot? ¿Cambian cuando aparece la ciudad?
¿Hay en el spot acompañamientos o efectos sonoros? ¿Cambia cuando aparece la ciudad?
Eslogan
Función publicitaria del eslogan: expresa ventaja principal; diferencia al producto; atrae la atención del receptor; identifica al producto. ¿Relaciona la ciudad y/o el valor añadido con la marca?
Análisis retórico y publicitario del spot
Estilo publicitario del spot
Grado de protagonismo de la ciudad en el mensaje publicitario: elemento esencial de la historia, elemento contextual, elemento de fondo, etc.
Duración del spot. Duración de la presencia de la ciudad o lo urbano en comparación con el total. Relación de uso entre la ciudad y el producto anunciado
Figuras retóricas utilizadas en relación a la ciudad.
Relación del texto impreso en pantalla con la imagen: de firma; de explicitación; de ampliación.

Tabla 1 – Análisis del spot en función del uso de la ciudad, y de su valor simbólico. Fuente: R. Bazaga y E. Simancas

5.1. Spot Hugo "Its your turn"

El spot protagonizado por el actor Jared Leto, imagen de la marca, se emitió con motivo del lanzamiento de la nueva fragancia "Just Different". Es una pieza elaborada principalmente para su difusión en televisión en la que se ha cuidado mucho la postproducción digital. La imagen que nos muestra de la ciudad es siempre en color, con un grado de iconicidad máximo. Podemos observar en la pieza numerosos elementos urbanos. Además de los edificios y el *skyline* de la ciudad, aparecen fachadas acristaladas, asfalto y luces nocturnas típicas de entornos metropolitanos. Con mayor brevedad

y a modo de ráfaga, aparecen otros elementos tales como grandes infraestructuras, fachadas comerciales, semáforos y estructuras externas de edificios típicas de la arquitectura norteamericana, como las escaleras de incendios.

Pese a que identificamos una *gran ciudad* norteamericana, no somos capaces de esclarecer a simple vista si se trata de Nueva York, Chicago o similar. Aparte del protagonista del spot, no vemos una ciudad habitada, no hay una evidencia de ciudadanía, la ciudad adquiere todo el protagonismo. Debido a que el spot muestra dos tipos de perfumes, el anuncio transcurre durante el día y durante la noche, con una interesante lectura que comentaremos a continuación. Los planos en los que aparece la ciudad son predominantemente grandes planos generales, de tipo panorámico, con algunas transiciones encadenadas.

La cámara mantiene una relación frontal, usando a veces el contrapicado, el plano cenital y otros experimentos formales en los que la imagen de la ciudad gira. La movilidad a este respecto es muy alta ya que observamos la utilización de desplazamientos panorámicos, *travelling* aéreo, circular, rotaciones, y aceleraciones de la imagen.

Esta primera lectura nos permite realizar algunas deducciones, una de las más importantes es la reducción o abstracción del concepto de ciudad a una serie de elementos metonímicos que la designan: luces, asfalto, fachadas, etc. Conceptos que significan *ciudad* y que contienen todo el simbolismo de la urbe. Los grandes planos nos muestran una ciudad majestuosa, imponente, un lugar que lleva implícito el reto, la conquista. El spot juega con la comparación entre el producto y la ciudad, estableciendo un paralelismo visual que lleva a identificar al objeto anunciado con la ciudad en sí. La movilidad de la cámara y los planos invertidos en los que aparece el paisaje boca abajo connotan creatividad y apoyan el plano sonoro donde la locución te incita a "prepararte para lo inesperado".

Desde el punto de vista sonoro, el spot se acompaña de un fragmento de la canción "Death by diamonds and Pearls" del grupo inglés de rock alternativo *Band of Skulls*. El segmento escogido tiene un ritmo muy marcado y muestra una personalidad actual, moderna e intensa. Se le añaden efectos con sonidos de sirenas y ruido ambiental propio de la ciudad. La locución en *off* narrada por el protagonista del spot es muy importante a la hora de interpretar el discurso publicitario: *"Make the day yours / Set the unexpected / Set the different / and night be inspired by… whatever / Whatever happens/ It's your turn".* Apela a la existencia de dos tipos de perfume: el frasco de Hugo *Man* aparece asociado al día, mientras que el frasco de Hugo *Just Different*, aparece al caer la noche. La visión de la ciudad durante el día, gracias al uso de aceleraciones en la imagen indica un espacio para el bullicio, la actividad, la rapidez y el trabajo. La aparición de fachadas con grandes cristaleras típicas de los centros de negocios apoya esta idea.

La locución, una construcción poética apelativa, insta al espectador a *superar el día*, dominarlo, ser innovador, creativo, hacer lo que nadie espera, marcar la diferencia. Es un mensaje ilustrado con una imagen de la ciudad atractiva, vista desde puntos vista poco frecuente, en constante movimiento y que constituye un espacio para cierta rebeldía y creatividad.

El tropo más utilizado en el spot es el símil. Se establece un anclaje visual y semántico entre la ciudad y el perfume, llegando incluso al paralelismo visual extremo. En la locución también observamos una comparación entre los dos elementos, entre los que se establece una diferencia tanto visual como textual, al introducir el narrador la segunda parte de su narración con *"And the night be inspired by…".* Queda implícito en la primera parte del texto un *"The day be inspired by…",* con lo que la estructura establece claramente la división entre el día y la noche. El concepto de la noche se asocia con la polisemia, la expresión *"The night be inspired by… whatever"* nos indica que en la noche de la ciudad puede pasar "cualquier cosa".

De nuevo se alude al carácter de escenario social por antonomasia de la ciudad, el lugar donde tenemos la oportunidad de demostrar nuestra individualidad y formar a la vez parte de un grupo. La duración del spot es de 20"; los momentos en los que la ciudad o lo urbano no aparecen en pantalla son muy breves aunque significativos. Durante aproximadamente 1 segundo, y en la segunda parte de la pieza, se muestra la imagen del interior de un local en el que se está celebrando un concierto, una asociación directa entre el ocio, la cultura, lo artístico, la ciudad nocturna y por ende el producto. El eslogan de la campaña, contenido en la locución, apela directamente a la iniciativa del espectador, lo invita a tomar partido y a participar de la actividad que previamente ha mostrado, aunque no se hace referencia explícita a la ciudad, se entiende que el escenario es el urbano.

Hugo combina para este spot la fuerza del uso del *famoso* con el formato publicitario "Estilos de vida". El resultado es un acceso directo al universo mostrado a través del uso del producto, que no satisface una necesidad primaria del individuo con respecto a

la ciudad, sino que construye un entramado simbólico en torno a una necesidad compleja como es la construcción del propio rol.

El anuncio finaliza con una enumeración visual de estampas urbanas sobre la que se sobre-impresiona el logotipo. Asistimos a través de un ejercicio de metonimia por contigüidad a un volcado de valores desde las imágenes mostradas hasta la marca.

5.2. Nissan Qashqai

El spot para el nuevo Nissan Qashqai es una pieza audiovisual en la que se aprecia una labor de postproducción digital encaminada a alterar la realidad en aras de transmitir una historia basada en la espectacularidad. El grado de iconicidad de la imagen es máximo, y en consecuencia no hay uso del blanco y negro.

Como en el anterior spot los elementos urbanos que podríamos denominar *básicos* se repiten: luces, edificios, *skyline,* asfalto, calles secundarias y fachadas de locales. Nissan añade en su conjunto urbano elementos como el humo, o medios de transporte como el tren o el metro. La presencia de un edificio que podría ser un cine o un teatro, junto otro de corte moderno y vanguardista, termina de conformar el escenario de ciudad concebido por Nissan. Dado que el spot muestra una ciudad durante la noche, tiene sentido hacer referencias a la oferta de ocio propia de la metrópoli. Teniendo en cuenta que el producto necesita demostrar su capacidad de despertar admiración en los demás, la dimensión social de la ciudad es muy útil dentro del contenido del mensaje, el uso de actores-ciudadanos está así justificado.

Como en el caso anterior, el espectador apenas puede concretar qué ciudad está contemplando, la idea de la *gran ciudad* estadounidense se repite. Para poder transmitir esta idea de magnificencia se recurre a planos panorámicos aéreos que ofrecen una visión general, sin embargo dado que el uso de la ciudad en este spot es más contextual que en el anterior, su presencia queda más en un segundo plano, borrosa en algunas ocasiones o percibida como un reflejo de luces sobre alguna superficie.

El estilo publicitario del spot es la ficción, a través de una narración visual metafórica se identifica la conducción del vehículo con el desplazamiento por tirolina a través de la ciudad. En este sentido, enseñar una ciudad con obstáculos o elementos en movimiento es fundamental para realzar la maniobrabilidad del coche. La relación de uso entre objeto anunciado y ciudad es estrecha, ya que el producto cubre una necesidad de desplazamiento básica para el individuo.

En cuanto al registro sonoro, el spot está acompañado musicalmente por la canción "Right here, Right Now" del artista Fatboy Slim. La música de este *dj*, mezcla de sonido electrónico con ritmos básicos, transmite de forma efectiva la idea de lo urbano. Para enfatizar el tono, en el anuncio se añaden sonidos de sirenas y helicópteros que crean el sonido ambiente de la ciudad.

Es muy interesante la alusión a lo urbano realizada desde la locución *"The all new Nissan Qashqai/The ultimate urban experience",* la identificación del producto con la experiencia urbana definitiva lleva implícita la asociación de lo urbano con la vivencia de experiencias. Para el producto este lema es tan importante que queda impreso sobre la imagen antes de su finalización.

La duración total del audiovisual es de 1 minuto, el tiempo en el que la ciudad no aparece en ningún sentido es inferior a 2 segundos, si bien es cierto que su protagonismo en la escena en ocasiones es mínimo.

El spot finaliza con un juego visual en el que el logotipo de la marca se forma por la visión cenital de una ciudad iluminada. La identificación de lo urbano con la marca es muy estrecha. El eslogan, con una función identificadora, relaciona directamente las características del producto con la ciudad, proclamándose epítome de lo urbano.

6. Conclusiones

Tras los análisis realizados podemos observar una serie de cuestiones que corroboran las ideas expuestas, y otras que aportan detalles nuevos a la disertación. Nos centraremos en aquellos rasgos que nos han parecido de interés en cuanto a la construcción del símbolo urbano-publicitario.

Se han hallado diferencias significativas en función del tipo de producto y su relación de uso con la ciudad. En el caso del spot para perfumes hay una alta carga significante emitida *desde* la ciudad *hacia* el producto. Tanto la locución como la imagen dan mucho protagonismo a la ciudad, tratándola casi como un ente viviente. Sin embargo en el caso de Nissan la ciudad es un escenario más práctico, algo que el producto te ayuda a dominar, pero no un fin en sí mismo. Por lo tanto podemos afirmar que en este caso la relación entre producto y ciudad afecta plenamente a la forma de presentar esta última y a su valor simbólico dentro del discurso.

Encontramos similitudes entre los spots en los indicios de ciudad, donde las luces nocturnas se postulan como máximo representante. Otros elementos comunes son los *skylines*, y las grandes panorámicas que permiten contemplar el paisaje en toda su expresión. Pese a que no se recurre a ciudades claramente reconocibles, es común el referente de la *gran ciudad* norteamericana. La labor legitimadora del cine y la televisión, a través de los cuales la sociedad globalizada ha aprehendido la ciudad norteamericana, ha conseguido universalizar las propiedades simbólicas de este tipo de metrópoli para hacerlas extensibles a cualquier urbe. La presencia de infraestructuras, puentes y medios de transporte es otra constante inherente a la estampa producida de la ciudad.

A la hora de hablar sobre los ítems constituyentes de ciudad lo hacemos en el plano visual, sin embargo observamos en ambos spots que en el registro sonoro también existen estos elementos (sonido de sirenas, de helicópteros, de tráfico..); una banda sonora nada desdeñable a la hora de construir el concepto, puesto que supone el sonido de fondo de la vida urbana, con todo lo que ello implica.

La existencia de dos ciudades, una de día y otra de noche, queda en evidencia en el spot de las fragancias Hugo. La ciudad es distinta según la luz, y genera unos símbolos en función del tipo de actividad que se produce en ella: laboral durante el día, lúdica o de ocio durante la noche.

La ciudad es un *espacio* polisémico. La publicidad fagocita el concepto contribuyendo a consolidar una determinada visión del mismo, e inevitablemente, debido a su enorme impacto social, genera cambios en la manera de percibir y relacionarnos con la ciudad. El análisis realizado permite corroborar que esa imagen que la publicidad transmite de la ciudad se construye sobre la base de valores concretos que pueden asociarse a ella, como son el progreso y la vanguardia. Ahora bien, esa concepción de ciudad *moderna* se ajusta, al igual que el propio fenómeno publicitario, al contexto y al momento histórico en el que se representa.

La gran capacidad simbólica del concepto *ciudad*, su versatilidad, le otorga un ingente valor como recurso publicitario, siendo múltiples los papeles que puede asumir en la diversidad de discursos y mensajes publicitarios.

7. Bibliografía

Bardin, L. (1996). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal.

Eguizábal, R. (1998). *Historia de la publicidad*. Madrid: Eresma & Celeste.

Gaona, C. (2007). "Nuevos símbolos urbanos desde la publicidad" en Balandrón, A. J.; Martínez. E. y Pacheco. M. (Coords.), *Publicidad y Ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 172-188.

Sánchez, J. R. (1982). *Breve historia de la publicidad*. Madrid: Forja.

Virilio, P. (1997). *El cibermundo, La política de lo peor*. Madrid: Cátedra.

—. (1998). *La máquina de visión*. Madrid: Ediciones Cátedra, 2ª edición.

Vizcaíno, R. (2007). "*La ciudad percibida: tradición y tecnología"* en Balandrón, A. J.; Martínez, E. y Pacheco, M. (Coords.). *Publicidad y Ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*. Sevilla: Comunicación Social.

ÍNDICE ▷

LA DANZA COMO HERRAMIENTA DE CONSTRUCCIÓN PARTICIPATIVA DE LA CIUDAD. ANNA Y LAWRENCE HALPRIN

Jaume Blancafort
Patricia Reus
Universidad Politécnica de Cartagena

1. Introducción. La participación ciudadana

Hasta finales del siglo XX, se consideraba tal y como nos apunta Ernesto Ganuza que "un país democrático era aquél que detrás suyo tenía un aparato económico fuerte y con potencial suficiente como para establecer procesos democráticos" (Ganuza, 2006: 2-3), pero según se nos plantea en el Informe de Desarrollo Humano 2002 elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2002) la relación es precisamente la inversa. Así pues, se puede afirmar de forma genérica que países con un buen desarrollo económico son aquellos que tienen un buen funcionamiento democrático; por lo que la Democracia es la causa y no el efecto.

El Comité de Ministros del Consejo de Europa (CMCE) en su Recomendación núm. 19, con el título "La participación de los ciudadanos en la vida pública local" (CMCE, 2002) reafirma su convicción de que la democracia representativa forma parte del patrimonio común de los Estados miembros y considerando que el diálogo entre los ciudadanos y los electos es esencial para la democracia, recomienda una política de promoción de la participación de los ciudadanos en la vida pública en el nivel local.

De forma paralela, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) en su informe "Citizens as partners" (OCDE, 2001) llega a similares conclusiones al CMCE, acentuando la necesidad de implementar más medidas de participación directa para salvaguardar la democracia, mejorando la eficiencia administrativa.

Si lo que nos apuntaban el CMCE y la OCDE a principios de siglo XXI, en un momento de bonanza económica europea, ya nos sugería reflexionar sobre la necesidad de la participación directa de la ciudadanía en la vida pública, en unos momentos en los que la crisis económica nos azota, la dignidad de la humanidad en las sociedades occidentales se replantea a la baja y el desapego hacia la clase política está en alza al mismo tiempo que su credibilidad alcanza las cuotas más bajas de nuestra democracia, tiene interés cualquier aproximación a la necesidad de la reconstrucción participada de esta sociedad.

De esta manera se justifica revisitar y referenciar los movimientos que consiguieron cambiar la sociedad occidental en los años sesenta y setenta, para hacerla un poco menos injusta y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

En esta revisión histórica se encuentran algunas aportaciones que dieron Anna y Lawrence Halprin a esta mejora cívica y participada de la sociedad.

2. La ciudad a escena

A este panorama conceptual en el que se insiste en la participación ciudadana como *leitmotiv* de la construcción de la sociedad, si observamos la realidad urbana nos encontramos con un marco físico de aplicación directo.

Trasladando a la ciudad la concepción del espacio como orden de coexistencias de Leibnitz, se puede definir "la ciudad a escena".

No la ciudad como una escenografía estática sino como una coreografía participada y protagonizada al mismo tiempo por seres y objetos interrelacionados; todos ellos actores activos del conjunto. Como apunta el antropólogo Manuel Delgado "un proscenio vivo en que no hay objetos, sino relaciones diagramáticas entre objetos, bucles, nexos sometidos al estado de excitación permanente al que les someten la imaginación y la acción humanas" (Delgado, 2001: 11).

El planeamiento urbano sería más interesante socialmente y más rico espacialmente si en lugar de responder de una forma impuesta a los hechos a partir de un proyecto realizado exclusivamente desde una oficina de planificación, fuera una producción coral capaz de interpretar la realidad con la que interacciona, asociada al tiempo en el que discurre y participada por los usuarios-habitantes que la viven o la vivirán.

En la misma línea de interpretación de los flujos existentes en la ciudad cabe destacar la mítica aportación de Jane Jacobs cuando refiriéndose a dichos flujos escribía: "intrincado ballet en que los bailarines solistas y los conjuntos tienen papeles específicos que se refuerzan milagrosamente entre sí y componen un todo ordenado" (Jacobs, 1967: 446), así como la relectura que de ella hace el ya citado antropólogo Manuel Delgado cuando nos describe:

> (…) Los individuos, las parejas, los pequeños grupos, pero también las multitudes que se hacen presentes en las superficies urbanas –aceras, centros comerciales, corredores del metro, vestíbulos de estaciones, playas–, agitaciones corales que responden a las mismas lógicas secretas que generan, no son sino figuras de danzantes que se interrelacionan básicamente a través de su presencia física (Delgado, 2008: 10).

En este contexto conceptual descrito, donde por un lado se apunta una acción, es decir, se prescribe la participación ciudadana como necesidad intrínseca a la mejora y práctica supervivencia de la democracia, y, por otro, se encuadran los protagonistas, es decir, los flujos de relaciones en la ciudad, se vislumbran relaciones directas entre las disciplinas de la arquitectura, la planificación urbana, la sociología, la antropología, la política o la danza.

En el enfoque particular de las disciplinas de arquitectura y artes performativas, Anna y Lawrence Halprin son el origen del territorio común donde confluyen en los años sesenta y setenta del siglo pasado en EEUU ambas materias, las cuales ramifican y se imbrican en las demás disciplinas apuntadas y otras que se describirán de forma paralela.

Fig. 1 – Lovejoy Fountain Park, Portland, Oregon. Lawrence Halprin. Fuente: Dataisnature http://www.dataisnature.com/?p=1583

3. Anna y Lawrence Halprin

En una visión académica tradicional, podríamos clasificar a Anna Halprin (Ann Schuman) como bailarina y a Lawrence Halprin como arquitecto del paisaje. Pero ambos, acumulan una experiencia y una riqueza intelectual mucho más amplia que la que se podría deducir de sus estudios universitarios, y juntos consiguieron aunar varias disciplinas aparentemente dispares con el objetivo de mejorar el bienestar de la sociedad.

Ann Schuman nació en el 1920 en Wilmette, Illinois (EEUU) hija de emigrantes europeos. A los 15 años empezó a estudiar las técnicas de las bailarinas precursoras de la danza contemporánea, Ruth St. Denis e Isadora Duncan (la primera bailarina que rompe con el mundo del ballet clásico alrededor del 1900). En el año 1937 entró en la escuela de Danza de la Universidad de Wisconsin, Madison, donde fue alumna protegida de la bailarina Margaret H'Doubler, pedagoga que hacía hincapié en la importancia de la creatividad personal y el estudio de la anatomía con el fin de obtener las formas más efectivas del movimiento; germen de las bases de la danza postmoderna que desarrollarían generaciones posteriores.

Lawrence Halprin nació en Nueva York en 1916. Después de acabar secundaria vivió durante tres años en un kibutz en Israel, en 1935 empezó sus estudios en ciencias botánicas en la Universidad de Cornell y posteriormente prosiguió sus estudios avanzados en un máster de horticultura en la Universidad de Wisconsin.

En el 1939 Ann Schuman y Lawrence Halprin se conocen y en el 1940 se casan con lo que Ann adopta el apellido de su marido y adapta al inglés su nombre propio pasando desde entonces a ser conocida como Anna Halprin.

Desde Wisconsin, Lawrence visitó la Frank Lloyd Wright's Taliesin community en Spring Green (la casa estudio de Taliesin East) donde Wright despertó su interés por la arquitectura del paisaje, acentuado por la lectura del libro "Gardens in the Modern Landscape" del paisajista Christopher Tunnard que le influenció en la decisión de estudiar arquitectura.

En el 1941 la pareja se traslada a Massachusetts para formarse en la Graduated School of Design de la Universidad de Harvard donde estudiarán diseño y arquitectura con algunos de los profesores de la *Bauhaus* que emigraron a EEUU: Marcel Breuer, Walter Gropius y Laszlo Moholy-Nagy así como con el paisajista Christopher Tunnard.

4. Harvard y la *Bauhaus*

En Harvard se empapan de los principios artísticos de la *Bauhaus*, descubren la valoración del proceso tanto como el resultado y la fuerza creativa de la interdisciplinariedad.

En los agradecimientos que Lawrence realiza en el libro *The RSVP cycles* (Halprin, 1969), al primero que reconoce individualmente es a Walter Gropius, con quien estudió en Harvard; y nos recuerda que las primeras "partituras" en relación a la *performance* fueron exploradas ya por Gropius en la *Bauhaus* de Dessau.

También, por ejemplo, en una entrevista que Janice Ross le hace a Lawrence en el 1995 éste dice:

> La *Bauhaus* siempre empezaba con un curso general de diseño, (…) y no era sobre la historia de éste, era realizándolo – haciendo dibujos, construyendo esculturas, y cosas por el estilo. Y di un gran salto en el momento que comprendí la relación de todas las artes juntas. Era como si alguien hubiera retirado una cortina y descubría este gran mundo de la fantasía frente a mí, con bailarines, pintores, escenógrafos, música (…) (Ross, 2007: 52).

Además, su amistad con Walter e Ise Gropius y con Moholy-Nagy les embebió en algunos intereses que éstos ya habían desarrollado en los años 20 en Europa, como la revisión que habían avanzado con sus colegas Oskar Schlemmer y Farkas Molnár en la relación entre audiencia y *performer* y lo que debía ser una 'caja' de teatro escénico contemporáneo.

Probablemente en este interés común subyace el origen por parte de Anna del abandono y rotura de las formas clásicas de docencia de la danza moderna tipificada en la tradición de Martha Graham y Doris Humphrey. Consiguiendo una transformación pionera del concepto tradicional de ésta como manifestación artística e iniciando una nueva forma de "ocupar" el espacio, convirtiendo a Anna en una de las pioneras de la danza postmoderna y la *performance* artística americana; sacando tanto la danza como la *performance* fuera del teatro para alcanzar el espacio público, y además interactuar con éste y sus moradores.

5. Costa Oeste

En 1944 la pareja se traslada a San Francisco.

En el 1949 Anna funda la Halprin-Lathrop Dance School junto con Welland Lathrop, y en el 1959 los San Francisco Dancer's Workshops, empleando a conciencia las colaboraciones interdisciplinarias, con músicos de la vanguardia como La Monte Young (Fluxus), Terry Riley, Morton Subotnik y Luciano Berio, el terapeuta Fritz Perls (pionero de la psicología de la Gestalt en EEUU) o el psicólogo Paul Baum.

En ese momento coinciden simultáneamente en EEUU nuevas formas de interpretación de la danza fuera de sus tradicionales espacios de presentación, incluyendo ya como tradicionales los museos y galerías de arte. Había la compañía de Danza de Merce Cunningham que bailaba en gimnasios de escuelas, Anna Halprin y los San Francisco Dancer›s Workshops que bailaban en espacios exteriores, la compañía Judson Dance Theater que bailaban en la Iglesia Judson o Trisha Brown que bailaba andando por las paredes.

A diferencia del bailarín Merce Cunningham, contemporáneo y conocido de Anna, que usaba la casualidad como una forma de crear movimiento, Anna usó la improvisación también para investigar formas en las que los individuos podían crear en comunidad.

Al llegar a California, Lawrence trabajó en la oficina de Thomas Dolliver Church; conocido como uno de los pioneros en introducir los principios del movimiento moderno en la arquitectura del paisaje con un estilo que se conocería como el "California Style".

En el 1949 funda su propia oficina y ese mismo año publica el artículo "La coreografía de los jardines" (Halprin, 1949) donde cuenta la necesidad de proyectar jardines que satisfagan al

Fig. 2 – Merce Cunningham bailando en la terraza de casa los Halprin circa 1965. Fuente: ARTFORUM http://artforum.com/words/archive=201207

sentido kinético, de forma que funcionen como coreografías de danza diseñadas para determinar el movimiento de la gente en ellas, y considerando que el trabajo del arquitecto o el del arquitecto del paisaje era proyectar entornos que permitiesen formas constantes de movimiento placentero tales que pudieran ofrecer a nuestras vidas un continuo sentido de la danza.

En sus proyectos de jardines, centros comerciales y espacios públicos, se preocupa por generar unas experiencias espaciales que provoquen respuestas emocionales. En el 1963, cuando publica "Ciudades", considera que "el propósito principal de una ciudad en nuestro tiempo es el de proveer un ambiente creativo para los ciudadanos. Por creativo me refiero a una ciudad con mucha diversidad lo cual permite una libertad amplia de oportunidades" (Halprin, 1972: 11).

En estos mismos años acuña la palabra "motation" contracción de movimiento y anotación (movement & notation) para describir su sistema de trazado de circulaciones por el espacio con el registro de datos complementarios para permitir a los proyectistas trabajar de forma kinética. Son partituras espaciales, en las que diagrama el espacio en relación al tiempo que discurren en él sus moradores.

Paralelamente a sus proyectos, del 1962 al 1964 Lawrence trabaja de asesor en el planeamiento de las vías rápidas de San Francisco, y, a partir del 1965, en la US government's Federal Higway Administrator.

En 1968 destaca especialmente el trabajo "New York, New York: A Study of the Quality, Character, and Meaning of Open Spaces in Urban Design" (Halprin, 1968), que realizó con un equipo multidisciplinar en el que colaboraban entre otros el geógrafo Tom Thorpe, los psicólogos George Rand y Paul Baum, la arquitecta Jane Jacobs o el antropólogo Edward T Hall. En este estudio se enfatizaba la importancia de involucrar a las comunidades locales y hacerlas participar tanto de su entorno como de su diseño; rompiendo las tradicionales distinciones entre arquitecto-habitante o las de coreógrafo-público.

Por otro lado, Anna en los años sesenta empieza a preocuparse cada vez más de las relaciones con el entorno, focalizando en las capacidades afectivas del lugar así como el movimiento de los bailarines y de su capacidad de sentir.

En la entrevista que le hace Yvonne Rainer en el 1965, Anna comenta:

> Empecé a sentir que había puesto demasiada atención al auto conocimiento, las respuestas Kinéticas y otros temas que nos hicieron desarrollar una sofocante introspección. Así que empezamos a extender nuestro objetivo a respuestas adaptativas al entorno (…) nosotros estábamos (…) interesados en enterarnos qué había en el exterior que pudiese afectar nuestras ideas del movimiento (Rainer, 1965: 146).

Desde ese momento, sus *happenings*, que los llamaban así por considerarlos improvisaciones más orgánicas y amables que las *performances* de Allan Kaprow, tuvieron cada vez más repercusión y se le adhirieron artistas como John Cage, Claes Oldenburg o el propio Kaprow. A destacar la obra "Paper" de 1964, realizada por Alan Kaprow, Anna Halprin y Lawrence Ferlinghetti que tuvo lugar en un edificio de parkings de la Universidad de California en Berkeley, como programa del Springs Arts Festival, y que el propio Kaprow y la historiografía del arte contemporáneo relaciona directamente con el contenido que meses más tarde se reclamaría en las manifestaciones del Speech Movement a favor de la libertad de expresión.

6. Contexto social en los años sesenta

Como ya anunciaba Lewis Mumford hablando de la ciudad americana: "Tan pronto como el patrón suburbano se hizo universal, las virtudes que anunciaron empezaron a desaparecer (…) El suburbio terminó siendo una visión temporal costosa" (Mumford, 1961: 490-491).

Fig. 3 – Free Speech Movement, Berkeley, 1964. Fuente: SDS, Students for a Democratic Society http://studentantiwar.blogs.brynmawr.edu/stories-from-the-frontlines/frountline-in-usa/movements-that-inspire-us-berkeley-free-speech/

Era un tiempo en el que la sociedad americana, con una cada vez más amplia conciencia social y política, iba en creciente agitación. En los Estados Unidos eran los años de la pobreza urbana en las viejas ciudades industriales del interior, de lucha por los derechos civiles de las minorías y los negros, los disturbios raciales, la liberación de la mujer, las protestas en contra de la guerra de Vietnam, etc.

Como nos resume Ignacio San Martín:

> Personas como George Kepes, Kevin Lynch, Donald Appleyard, Edmond Bacon, David Crane, Jaquelin Robertson, Robert Geddes, William Whyte, Colin Rowe, Frank Violich y Hideo Sasaki, entre otros, avanzaron esta nueva idea de crear una nueva profesión capaz de entender la ciudad como una realidad física, social y psicológica y como un lugar real, en espacio y tiempo, que permita fomentar las relaciones humanas y sea el lugar que logre manifestar la vitalidad social donde se pueda participar en experiencias culturales (San Martín, 2008: 212).

No es una simple coincidencia que el Free Speech Movement, exigiendo el derecho a la reunión pública y la organización de actividades políticas, citado habitualmente como el origen de los movimientos estudiantiles de protesta de los años 60 y 70, empezara en 1964 en la Sproul Plaza de la Universidad de California en Berkeley, diseñada por Lawrence (1960-62) y donde Anna bailaba, se había manifestado con sus alumnos de la San Francisco Dancer's Workshops o había realizado alguno de sus *happenings*.

Un hecho fundamental que reafirmó la conciencia participativa de Lawrence fue cuando en 1966, la ciudadanía y los medios de comunicación detuvieron el plan de Panhandle Parkway and Crosstown Tunnel en San Francisco. Lawrence estaba convencido de las cualidades de su planteamiento y pensó que su rechazo era debido a que los ciudadanos no lo habían entendido, por lo que lo consideró una situación ejemplarizante y otra razón de ser de los procesos participativos en los que estaba involucrado en otros lugares.

7. Los "Take Part Process" y los "RSVP cycles"

A partir de 1966, combinando la cultura de la participación y sus intereses por la colectividad, Anna y Lawrence empiezan a organizar los llamados "Experiments in Environment". Son talleres en los que participan diseñadores, bailarines, músicos, artistas visuales, escritores, profesores y psicólogos, los cuales serán la base de sus teorías y aproximaciones metodológicas al hecho de la creación colectiva y la interdisciplinariedad para mejorar el conocimiento del entorno urbano. Estos experimentos, además de aplicarse en diversos planeamientos urbanos en los que participaba Lawrence, serán la base para los libros *The RSVP cycles* (Halprin, 1969) y *Taking Part: A Workshop Approach to Collective Creativity* (Burns, 1974).

Los RSVP cycles son una metodología que combina de forma cíclica 4 etapas fundamentales que sirven para tomar conciencia, comprender y hacer propuestas de mejora en un proceso creativo. En este contexto, interesa aplicado a la ciudad, pero hay ejemplos muy relevantes en otros ámbitos creativos como la traslación al teatro que hizo Robert Lepage con la compañía "Théâtre Repère".

Las 4 etapas son las representantes del acrónimo resultante de las siglas R "Resources" (recursos), se refiere a los recursos materiales, humanos y sensitivos para informar y enriquecer el proceso, S "Scores" (partitura), es el guión abierto para seguir el proceso de forma que los participantes puedan aportar ideas, V "Valuaction" (neologismo de la contracción de evaluar y acción), analiza y evalúa las prácticas realizadas hasta el momento para realimentar la siguiente acción a provocar, y P "Performance", incluye la acción como producto y su evolución en el tiempo.

Los "Take Part Process" urbanos seguían un guión parecido allá donde se aplicaban. Cuando alguna entidad contactaba con

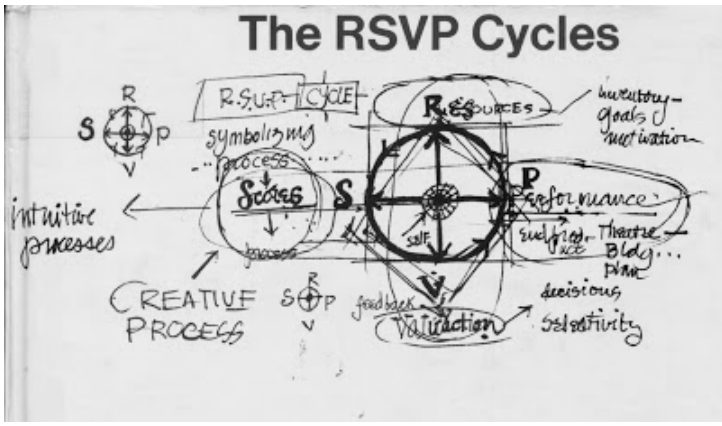


Fig. 4 – Esquema de los ciclos RSVP, dibujado por Lawrence Halprin (1969) e incluido en *The RSVP cycles: creative processes in the human environment*. New York: George Braziller. Fuente: ACADEMIC WASTELAND http://academic- steland. blogspot.com.es/2007/03/halprins-rsvp-cycles.html

la oficina de Halprin para diseñar un planeamiento urbano, éste ponía en marcha la maquinaria de la participación. Eso quería decir que, en paralelo y de forma simultánea a lo que desde el despacho se empezaba a pensar, se organizaban unos *workshops* para que la comunidad participase en el desarrollo del planeamiento que la afectaba, de manera que luego la oficina se alimentaba e influenciaba de los resultados obtenidos en los talleres.

Tal y como nos cuenta Alison B. Hirsch (2011) los "Take Part Process" generalmente se desarrollaban en tres días y en ellos participaban entre 15-50 personas representativas de la comunidad. En ellos se establecían unas cuotas sociológicas para conseguir una amplia, diversa y representativa participación. Así, según la ciudad, variaba el porcentaje de afroamericanos, amas de casa, parados, estudiantes, políticos, etc.

En el primer día se desarrollaban los talleres del mapeo urbano que servían principalmente para que los ciudadanos participantes tomaran conciencia de la experiencia espacial de la ciudad. Se le entregaba a cada uno un mapa distinto "City Map", con una secuencia de acciones a desarrollar en el tiempo "Master Score", una partitura que los dirigía a observar, visitar e interactuar con distintos espacios de la ciudad. La gente estaba en permanente fluir a excepción de una hora convenida donde se encontraban todos para escuchar música al aire libre.

En el segundo día se desarrollaban los "Experiments in Environment" (Experimentos en el Entorno), donde hacían interactuar a los participantes, para que de manera conjunta pudieran obtener experiencias kinestéticas del espacio. Aquí ocurrían las "Trails Myth" o los "Blindfold walks" donde se potenciaban las experiencias sensoriales negando la participación de la vista.

El tercer día se dedicaba a las sesiones en grupo, iniciadas con las "Fantasy Scores", donde cada participante, puesto en la piel de un personaje de prestigio, se imaginaba la forma de mejorar y/o de resolver alguna situación descrita o problema planteado. Luego se trabajaba en grupos para ir imaginando soluciones a las preguntas planteadas.

La oficina de Lawrence Halprin y asociados incorporó en los años 60 y 70 los 'Taking Part Process' en el planeamiento de Cleveland, Charlottesville, Forth Worth, Everett y Wilmington entre otras ciudades, además de proyectar espacios públicos o de asesorar en la planificación de ciudades como Portman, Minneapolis, Seattle, San Francisco, Los Ángeles, Nueva York, o Washington.

8. Conclusiones

Los procesos de participación ciudadana mejoran la calidad del planeamiento, aunque solo sea por el hecho de escuchar una pluralidad de ideas que proporcionan visiones fuertemente arraigadas con la población y que invariablemente influencian al hecho planificador.

La profusión de ideas aportadas, además de su cantidad, que por sí misma ya es un buen indicador, están realizadas por voces cualificadas en el uso de la ciudad; eso es: los ciudadanos que la habitan. Es cierto que estos ciudadanos quizás no tengan la "cultura" urbanista y/o espacial del "planificador" pero conocen mejor que éste, sus intereses y formas de vivir en la ciudad.

En algunas críticas al sistema de Halprin se escuchan voces que dicen que los participantes estaban dirigidos en las coreografías urbanas para ser educados en la visión del arquitecto, y así conseguir unos resultados preestablecidos. Es seguro que el pensamiento de los Halprin fluía por porosidad en las ideas y soluciones que los participantes pudieran sugerir al final del proceso, pero en cualquier caso se conseguían 2 objetivos remarcables:

a) el *feedback* con la población, que aunque pudiese ser tachado de dirigido nunca sería acotado y ceñido al pensamiento original del urbanista.

b) la consecución por parte de la población de la apropiación del resultado planificado.

Fig. 5 – Blinfold walk. Proyectos I – Cartagena, 2013. Fuente: aH. about Housing. Interacciones espaciales_02. Fernando Moncayo, Israel Martínez. Cartagena 2013 http://abouthousing.blogspot.com.es/search/label/AULA/

Los ciudadanos participantes en los *Take part process*, mejoraban el conocimiento y apreciación de su ciudad, tanto a nivel físico arquitectónico-urbano como social.

Algunas críticas menores se dirigen hacia la representatividad de los ciudadanos participantes. Este es un tema de estadística poblacional y de posibilidad real de participación de las tipologías ciudadanas escogidas. En cualquier caso, aunque los procesos de selección probablemente sean mejorables, siempre será inconmensurablemente mejor tener dicha participación a la sola visión del equipo proyectista.

9. Epílogo

Como describe Luis Aranguren:

> La participación es un fin es sí mismo. Es una actitud y una actuación cargada de otros valores sociales que la determinan también como valor humanizador. No solo participamos para construir un barrio mejor, sino que el hecho de participar alienta una puesta en común de experiencias, habilidades, actitudes preactivas, generación de cultura de equipo, comunicación, … que en sí mismas ya gozan de un estatuto axiológico de envergadura. La participación es lugar de encuentro de vida buena y sociedad justa, las dos máximas aspiraciones éticas del ser humano. En este sentido, la participación es más que un recurso, más que una estrategia; es un carácter (ethos), una riqueza que se expresa en la porción de valores compartidos. Por ello la participación es un indicador de capital social, esto es, el conjunto de valores compartidos producto del entramado de relaciones habilitadas por las personas y grupos en el acto de la participación (Aranguren, 2005: 12-13).

10. Bibliografía

Aranguren, L. (2005). "La participación ciudadana: posibilidades y retos" en *Aposta, revista de ciencias socials 22* (Noviembre 2005).

Burns, J. y Halprin, L. (1974). *Taking Part: A Workshop Approach to Collective Creativity* . MIT Press.

CMCE (2002). *La Participación de los ciudadanos en la vida pública local*. Recomendación del Comité de Ministros del Consejo de Europa e Informe explicativo nº 19. Barcelona: Fundació Carles Pi i Sunyer d'Estudis Autonòmics i Locals, Septiembre de 2002.

Delgado, M. (2007). "Tener lugar. El espacio social como patrimonio" en Luna, M. y Lucas, M (eds.), *Arquitectura tradicional y entorno construido*. Murcia: Sybs-Trenti S.L.

—. (2008). *Espacios en Danza, Ciudades que danzan 2008*. Barcelona.

Ganuza, E. (2006). *Tendencias de la participación ciudadana en Europa y España*. Madrid: Instituto de Estudios Sociales Avanzados-CSIC.

Halprin, L. (1949). "The Choreography of Gardens" en *Impulse Dance Magazine,* 34.

—. (1968). *New York New York: A Study of the Quality, Character, and Meaning of Open Spaces in Urban Design*. San Francisco: Chapman Press.

—. (1969). *The RSVP cycles: creative processes in the human environment*. New York: George Braziller.

—. (1972) *Cities.* Revised edition, Cambridge: MIT Press. Publicado originalmente en New York: Reinhold Pub. Co., 1963.

Hirsch, A.B. (2011). "Scoring the participatory city: Lawrence (& Anna) Halprin's take part process" en *J.Archit.Educ.Journal of Architectural Education*, *64*(2), pp. 127-140.

Jacobs, J. (1967). *Vida y Muerte de Las Grandes Ciudades.* Madrid: Península. Publicado originalmente: *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.

Mumford, L. (1961). *La ciudad en la historia. Sus orígenes, transformaciones y perspectivas*. Buenos Aires: Infinito.

Ocde (2001). *Citizens as partners. Information, consultation and public participation in policy-making.* París: OCDE.

Pnud (2002). *Informe de Desarrollo Humano 2002: Profundizar la democracia en un mundo fragmentado*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.

Rainer, Y. (1965). "Yvonne Rainer Interviews Ann Halprin" en *The Tulane Drama Review*, *vol. 10*(2) (Winter, 1965), pp. 142-167.

Ross, J. (2007). "Entrevista de Janice Ross a Lawrence Halprin el 1 de Agosto de 1995" en Ross, J., *Anna Halprin: Experience as Dance*. Berkeley: University of California Press.

San Martín, I. (2008). "Replanteando el futuro de la ciudad americana: ¿Hacia una agenda de habitabilidad?" en *Ciudades*, *11,* pp. 211-231.

ÍNDICE ▷

LA CONDICIÓN PERFOMÁTICA DE LA POLÍTICA: EL CASO TELEANÁLISIS (CHILE, 1984/89)

Nadinne Canto Novoa
Universidad de Chile

1. Archivo

Perseverante y como un modo de pactar los diferendos en nuestra historia reciente, un deseo de archivo viene impulsando una serie de prácticas documentales que, con diversos medios y enfoques, se proponen la tarea de preservar algunas huellas que nos permitan comprender la serie de transformaciones sociales, económicas, políticas y territoriales que en los últimos decenios han terminado por redibujar el contrato social.

Este movimiento transnacional de los discursos de la memoria, como Huyssen define el giro que experimenta la cultura global desde la década de los noventa (Huyssen, 2001), ha encontrado en el medio fotográfico, audiovisual y por último, en la interfaz digital un soporte efectivo para su anhelo de registrar, aunque sea en parte, la identidad de aquello que transmuta frente a nuestros ojos. Se trata de una respuesta cultural, un modo de hacer frente a la incertidumbre que define los periodos de crisis.

Puesto que cualquier análisis de las líneas de fractura del último siglo requiere la elaboración de una serie de archivos y en especial de un marco que guíe su recepción, es que podemos reconocer la condición política de este tipo de práctica y cómo en ella se juega la interpretación de los hechos históricos. Tres ejemplos recientes nos muestran cómo la conciencia de la práctica de archivo ha ido tomando relevancia en el contexto latinoamericano, a través de distintas estrategias metodológicas para su rescate y exposición. Estos archivos registran el fenómeno del terrorismo de Estado documentando los violentos mecanismos de control de la población introducidos desde la década del setenta por los gobiernos militares y el modo en que este proceso de crisis social terminó por afectar los criterios intersubjetivos de orientación.

La primera de estas iniciativas documentales data del año 1974 cuando la Vicaría de la Solidaridad de Santiago de Chile comienza a registrar los casos de violaciones a los derechos humanos cometidos por el Gobierno militar. Este archivo sintetiza una serie de denuncias y causas legales, sirviendo como instancia aglutinadora para una serie de personalidades comprometidas con la lucha contra la dictadura, huérfanos de la institucionalidad legal. Este archivo, digitalizado gracias al financiamiento de la Universidad de Yale, no se conforma de manera retrospectiva sino que funciona en su contexto como una institución capaz de ejercer presión, demostrando una alta conciencia de la amenaza que estos registros significaban para la legitimidad del régimen. Ejemplo de esta presión ejercida es el asesinato de José Manuel Parada, trabajador de la Vicaría de la Solidaridad que fue secuestrado y muerto por los servicios de seguridad de Carabineros en Marzo de 1985 junto a otros dos profesionales comunistas, Manuel Guerrero y Santiago Nattino.

El segundo caso muestra el carácter político de este fenómeno de musealización de la memoria, que en Chile se instala con fuerza desde el año 2010 cuando la presidenta Bachelet inaugura en Santiago el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos; el retraso de esta iniciativa en comparación con el caso Argentino, por dar un ejemplo cercano, hasta resulta comprensible para una nación que ha pospuesto a lo largo de veinte años de transición

democrática la discusión sobre su pasado reciente[1]. Sobre su guión museográfico, basta decir que utiliza una serie de recursos de orden estético (como recreaciones de los centros de tortura, el proyecto de un archivo documental y audiovisual, una sala de teatro y exposiciones donde han participado artistas como Alfredo Jaar, Cecilia Vicuña y Gonzalo Díaz, entre otros), que posicionan al museo en un experimental y a la vez incómodo límite entre un proyecto de carácter historiográfico y uno de carácter artístico[2].

Un tercer ejemplo que evidencia hasta qué punto la práctica de archivo implica el desarrollo de una estrategia representacional, es una reciente investigación curatorial que recupera las estrategias de resistencia que una serie de agrupaciones militantes de la escena contracultural del continente formularon para hacer frente a la represión de las dictaduras. El título de la exposición, organizada por la Red Conceptualismo del Sur e inaugurada en el Museo Nacional Reina Sofía, no puede ser más sugestivo: *Perder la forma humana. Una imagen sísmica de los años ochenta en América Latina* recupera, al igual que los dos ejemplos anteriores, la experiencia del terrorismo de Estado como un horizonte desde el cual las transformaciones políticas, institucionales y especialmente las que atañen al ámbito de la subjetividad, merecen ser analizadas.

Lo que estas prácticas de archivo nos obligan a pensar es cómo la expansión de los criterios que determinan lo que puede o no ser considerado un legítimo vestigio del pasado, redefine también el campo de fenómenos posibles de analizar. En el caso de estas tres iniciativas, documentan el proceso de fractura social no desde un enfoque puramente institucional o económico, sino enfatizando los procesos de subjetivación que tuvieron lugar bajo los regímenes dictatoriales, dejando entrever su racionalidad y los mecanismos impulsados para su aplicación.

Hoy, a más de veinte años del retorno de la democracia en Chile, aún resulta complejo precisar los límites de este fenómeno definido como terrorismo de Estado en especial si pretendemos sintetizar la experiencia que desencadenó en los ciudadanos. Se trata de una práctica cruzada por la represión y la tortura que si bien ha sido condenada por los discursos del poder, aún desconocemos en todas sus dimensiones a causa de un pacto de silencio que poco a poco nuestra sociedad se atreve a romper a través de una incipiente industria de la memoria que refiere este trauma colectivo elaborando distintos discursos que permitan significar lo que aconteció, ya sea a través de la ficción o echando mano a una serie de registros que comienzan a emitirse por televisión abierta[3].

Esta eficacia del medio audiovisual para registrar la crisis social justifica la fuerte censura impuesta por el régimen dictatorial que controló de manera sistemática los medios de comunicación, especialmente la televisión, donde el poder ensaya estereotipadas representaciones de la comunidad.

En este contexto de censura, no solo la esfera de la comunicación y los medios informativos se transforman en escenario de una lucha de fuerzas entre el régimen y la oposición, sino que esta dinámica que caracterizó a la sociedad chilena durante la década de los ochenta se refleja también en el espacio público.

Quisiera llamar la atención sobre un archivo en formato audiovisual que documenta esta lucha de fuerzas durante la dictadura chilena, registrando las estrategias utilizadas por la ciudadanía para denunciar los abusos del régimen militar. Se trata de un noticiario de cuarenta y seis capítulos que tras veinticinco años de finalizado sólo ha sido expuesto al público en muestras temporales en el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos de Santiago y en la itinerancia de *Perder la forma humana*.

Teleanálisis es un programa surgido al alero de la revista Análisis[4], con un modelo informativo que rompe la censura programática de la televisión abierta al registrar y difundir de manera informal a través de VHS pasados de mano en mano, una serie de hechos que tuvieron lugar entre octubre de 1984 y mayo de 1989 como la serie de paros nacionales, protestas y acciones relámpago en

[1] Quisiera referir dos textos de intelectuales locales que han reflexionado sobre los usos políticos de la memoria y que funcionan como marco de referencia para entender este proceso de reconciliación basado en el olvido que ha marcado a la sociedad chilena. Me refiero a Nelly Richard (1998) *Residuos y metáforas: Ensayos de crítica cultural sobre el Chile de la transición*, Santiago: Editorial Cuarto Propio, y a Carlos Pérez Villalobos (2001) "Pendientes de una conversación pendiente" en Nelly Richard (comp.) *Arte y política*, Santiago: Ministerio de Educación.

[2] En junio del 2012 una serie de cartas al director, publicadas en el diario El Mercurio, debatieron el proyecto museográfico del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos por el modo en que visibiliza los acontecimientos sucedidos durante el régimen militar. Cartas de Sergio Rillón, el historiador Sergio Villalobos y Magdalena Krebs. http://www.reporterodelahistoria.com/2012/06/sergio-villalobos-desde-el-punto-de.html#.U3A_boF5Mfw

[3] Ejemplo de esta industria de la memoria es la serie emitida por Televisión Nacional *Los archivos del cardenal* e inspirada en el trabajo de la Vicaría de la Solidaridad y la serie *Los ochenta* emitida por Canal 13 donde la historia de una familia de clase media funciona como correlato de los acelerados cambios sociales acontecidos en nuestra historia reciente. En el ámbito documental destaca el programa *Chile: las imágenes prohibidas* un registro audiovisual inédito sobre la dictadura emitido por Chilevisión el año 2013 con motivo del 40* aniversario del Golpe de Estado.

[4] Uno de los medios de oposición emblemático durante la dictadura, funcionó entre 1977 y 1993. Su director fue Juan Pablo Cárdenas, quien estuvo detenido en varias ocasiones por su labor como periodista.

el espacio público promovidos por organizaciones gremiales, políticas y pro derechos humanos, que eran contextualizados a través de la realización de encuestas a la ciudadanía sobre el acontecer nacional y una serie de entrevistas a dirigentes, pobladores, agentes de la cultura, militantes de organizaciones e incluso a algunas de las víctimas que lograron sobrevivir al terrorismo de Estado[5], que documentan el ciclo de movilización social que se extiende en Chile entre el año 1983 y 1989, permitiéndonos distinguir la pluralidad de discursos, posiciones y estrategias de acción de los distintos *frentes de oposición* alineados todos bajo un significante común: la lucha por la recuperación de la democracia.

Por un lado, Teleanálisis funciona como un archivo que nos permite reconocer algunos de los mecanismos instaurados por el terrorismo de Estado: sus lógicas de control del espacio público, el amedrentamiento de la población a través de la vigilancia policial, los allanamientos (selectivos pero también a poblaciones completas), la desaparición forzada e incluso los falsos enfrentamientos (que inclusive se televisaron), entre otras acciones legitimadas por el orden institucional. Muestra también los modos cómo la ciudadanía hizo frente a este escenario de represión a través de la denuncia y la congregación en diferentes organizaciones de orden estudiantil, poblacional, político, social y eclesiástico que reivindican el espacio público como escena para instalar la especificidad de lo político y resignificar lo social.

Gracias a este archivo que es Teleanálisis, reconocemos las distintas organizaciones que forman la escena de oposición a la dictadura y cómo fue que cada una usó los mismos frentes de control instalados por el poder, es decir, la ciudad y los medios de comunicación alternativos, como plataformas privilegiadas para su acción política.

2. Shock

El ciclo de movilización social que se inaugura el año 1984 extendiéndose con distinta intensidad hasta el retorno de la democracia, puede leerse a la luz del presente como el primer proceso de elaboración colectiva del malestar vivido en Chile a partir del Golpe de Estado de 1973; respuesta espontánea frente una serie de transformaciones de largo alcance que son promovidas por el Estado a través de una legitimación de la violencia política.

En su libro *La doctrina del shock* (2007) Naomi Klein realiza un diagnóstico sobre el uso de la violencia en el capitalismo global[6], al desarrollar una genealogía de la aplicación del modelo económico diseñado por Milton Friedman reconociendo una estrategia común de reformulación del contrato social a través de lo que el mismo Friedman denominó como "tratamiento de choque"(Klein, 2007: 28).

En todos los casos que conforman la genealogía trazada por Klein, la adopción del modelo neoliberal viene antecedido por un proceso de crisis o "trauma colectivo que suspende temporal o permanentemente las reglas del juego democrático" (Klein, 2007: 33). Según la tesis de Klein, el neoliberalismo se instala en situaciones de crisis, aprovechando los momentos de excepción en los que la comunidad se encuentra fracturada ya sea por una catástrofe natural, política o económica, para modificar la lógica de relación entre el Estado y el mercado privado.

La autora utiliza la metáfora de la tortura (Klein, 2007: 39) para insistir en el rol que juega la violencia en el proceso de instalación de las prácticas neoliberales. Extremando su metáfora, podría pensarse que estas violentas crisis colectivas han desencadenado una reprogramación psíquica que afectan las conductas y parámetros de orientación de los sujetos a través de una serie de procedimientos que imponen el miedo y la sensación de inestabilidad en el inconsciente colectivo.

No por nada Klein abre su genealogía con el ejemplo de Chile, signándolo como el primer laboratorio del neoliberalismo mundial. Pero el miedo en Chile, como en los otros casos de la genealogía de Klein, se originó no sólo por la represión política: el repliegue obligado de las actividades sociales al espacio doméstico, la pobreza, la crisis económica de principio de la década de los ochenta y la inestabilidad laboral también cooperaron en este proceso de reprogramación psíquica, instalando una sensación de fragilidad y desprotección en la población frente a los nuevos modelos de control social impuestos por la dictadura militar.

[5] Impactante resulta el capítulo 22 de Teleanálisis (correspondiente al mes de noviembre del año 1986) que recoge el testimonio de Carmen gloria Quintana, que tras ser detenida junto al fotógrafo Rodrigo Rojas Denegri (fallecido horas después del incidente) fue incendiada por una patrulla militar durante el Paro Nacional del 2 y 3 de Julio de 1986.

[6] Dice Klein:

> Esta forma fundamentalista del capitalismo siempre ha necesitado de catástrofes para avanzar (…) A la luz de esta doctrina, los últimos treinta y cinco años adquieren un aspecto singular (…) Algunas de las violaciones de derechos humanos más despreciables de este siglo, que hasta ahora se consideraban actos de sadismo fruto de regímenes antidemocráticos, fueron de hecho un intento deliberado de aterrorizar al pueblo, y se articularon activamente para preparar el terreno e introducir las "reformas" radicales que habrían de traer ese ansiado libre mercado (Klein, 2007: 31).

3. Resistencia

En medio de esta crisis social nace Teleanálisis, hoy convertido en uno de los archivo más sistemáticos de la época temprana del neoliberalismo local y la estrategia terrorista que el Estado impulsa a través de la violencia y la censura, mostrando cómo parte de la población resiste el proceso a través de una lucha hegemónica contra al régimen que se jugó no solo en el frente territorial sino también en el comunicacional[7].

Sus capítulos registran de manera diacrónica el proceso de irrupción de la sociedad en la calle tras once años de dictadura. De manera creciente parte de la población de la ciudad de Santiago comenzó a forjar diversas instancias de protesta desafiando el control del espacio público a través de una serie de paros nacionales, Jornadas por la Vida para denunciar las sistemáticas violaciones a los derechos humanos, actos partidarios, acciones relámpago en lugares emblemáticos de la capital ejecutadas por el Movimiento contra la tortura Sebastián Acevedo y Mujeres por la Vida entre otras agrupaciones de marcado carácter performático, desarrollando una serie de encuentros gremiales, protestas estudiantiles universitarias y secundarias, foros y debates en plena vía pública e incluso aprovechando las visitas oficiales de alta repercusión como la del papa Juan Pablo II en 1987, para instalar una exigencia de democratizar el país.

Teleanálisis propone una estrategia de contrainformación que utiliza el formato audiovisual para documentar la contingencia poniendo especial énfasis en los modos en que la comunidad se organiza para hacer frente a la represión. La importancia de este noticiario es que vuelve visible a una serie de agentes y prácticas sociales que reivindican el espacio público como escena para instalar la especificidad de lo político, mostrándonos en retrospectiva los límites de la crisis de representación[8] que sobreviene tras el quiebre democrático en nuestro país.

En su libro *El desacuerdo* (2007), Ranciere define la especificidad de lo político a partir de lo que podemos signar como un desafío comunicacional[9]. Según su argumento, la escena pública supone ciertas condiciones para la comunicación siendo su condición esencial la capacidad de entendimiento entre los interlocutores, es decir, que compartan un mismo régimen de lenguaje o, en palabras de Ranciere, una misma división de lo sensible.

Lo anterior nos da una línea de entrada para comprender cuál es la potencia que Ranciere le otorga al acto político, al entenderlo como un juego de relaciones de fuerza que se lleva a cabo a través de la toma de la palabra por parte de aquellos que no participan de la repartición del régimen social y que, por lo mismo, no son considerados como interlocutores válidos en el debate. Es a través de este ejercicio de tomar la palabra en la escena pública, que los sin-parte logran instituir un nuevo orden de lo sensible alterando de paso la distribución legítima de las partes que caracteriza al dispositivo sociopolítico.

Sobre el modo en que Ranciere define este acto político, Deotte reflexiona:

> Los actores políticos se constituirán como tales por la "toma de la palabra", pero a la vez por lo que está en juego, su propia causa, el objeto del "daño". Ellos, inventándolo, alteran la división entre lo aceptable y lo inaceptable, lo visible y lo invisible; es decir, ellos inventan al mismo tiempo un nuevo mundo, nuevos territorios y por lo mismo una nueva sensibilidad (aisthesis); en definitiva, una noción distinta de lo sensible, una poética diferente (Deotte, 2004: 104).

En la tesis de Ranciere, el énfasis apuesta al modo en que los sin-parte logran elaborar el daño a través del discurso, más específicamente a través del discurso político. Y cómo en un segundo momento, con su ingreso a la discusión pública a través de una estrategia de lenguaje, obligan a una reactualización del régimen de lo sensible. Este proceso de reactualización, sería para Ranciere, la especificidad de lo político.

[7] Una serie de medios independientes surgieron en la década de los ochenta en Chile como mecanismos de contrainformación: las revistas Cause, Análisis, Apsi, Fortín Mapocho, Hoy; y el periódico *La Época*.

[8] Esta idea del quiebre representacional que provoca el golpe de Estado en Chile, fue enunciada por Nelly Richard en la Introducción de su libro *Márgenes e Instituciones* del año 1986: Ahí, al referirse a la Escena de Avanzada (escena de arte experimental que surge entre 1979 y 1986) dice lo siguiente: *Escena que emerge en plena zona de catástrofe cuando ha naufragado el sentido, debido no sólo al fracaso de un determinado proyecto histórico —el de la Unidad Popular— sino al quiebre de todo el sistema de referencias sociales y culturales que, hasta 1973, garantizaba ciertas claves de entendimiento colectivo. Una vez desarticulada la historia y rota la organicidad social de su sujeto, todo deberá ser reinventado, comenzando por la textura intercomunicativa del lenguaje que, habiendo sobrevivido a la catástrofe, ya no sabe cómo nombrar los restos* (Richard, 2007: 16).
En la misma sintonía, Idelber Avelar (2000) desarrolla una hipótesis similar de trabajo de elaboración del duelo a través del lenguaje narrativo.

[9] Recapitulemos: la política existe allí donde la cuenta de las partes y fracciones de la sociedad es perturbada por la inscripción de una parte de los sin parte. Comienza cuando la igualdad de cualquiera con cualquiera se inscribe como libertad del pueblo. Esta libertad del pueblo es una propiedad vacía, una propiedad impropia por la cual aquellos que no son nada postulan su colectivo como idéntico al todo de la comunidad. La política existe mientras haya formas de subjetivación singulares que renueven las formas de la inscripción primera de la identidad entre el todo de la comunidad y la nada que la separa de sí misma, es decir, de la mera cuenta de sus partes. La política deja de ser allí donde esta separación ya no se produce, donde el todo de la comunidad se reduce sin cesar a la suma de sus partes (Ranciere, 2007: 153).

Mi argumento busca subrayar estas intervenciones que durante la dictadura militar instalan en el espacio público un objeto de litigio —un "daño", siguiendo la tesis de Ranciere— a través de una serie de estrategias discursivas y performáticas que irrumpen en la calle para impugnar el diagrama de sentido que organiza al dispositivo social, instalando de este modo la política como un acontecimiento, un *aparecer* de aquellos silenciados en la escena pública.

Esta necesidad de configurar el daño, de darle forma a través del lenguaje a aquella experiencia del shock y la posterior transformación ilegítima del contrato social, explicaría la intensidad discursiva y estética que caracteriza a la escena de oposición de la década de los ochenta, y que da origen a los lenguajes del malestar que de modo tan certero registra Teleanálisis.

Casi treinta años después un nuevo ciclo de movilización, la movilización estudiantil del año 2011, puso en tela de juicio la legitimidad del armazón democrático que sostiene al neoliberalismo en Chile, apuntando directamente a las lógicas de relación social impuestas por sus reformas que externalizaron una serie de derechos sociales, antes garantizados por el Estado, hacia el mercado privado. Es en este contexto que Teleanálisis adquiere relevancia como un archivo que nos permite apreciar la etapa inaugural de este proceso de largo aliento cuyos resultados experimentamos hoy.

4. Bibliografía

Avelar, I. (2000). *Alegorías de la derrota: La ficción posdictatorial y el trabajo del duelo*. Santiago de Chile: Editorial Cuarto Propio.

Deotte, J.L. (2004). *¿Qué es un aparato estético? Benjamin, Lyotard, Ranciere*. Santiago de Chile: ediciones metales pesados.

Huyssen, A. (2001). *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Klein, M. (2007). *La doctrina del Shock. El auge del capitalismo del desastre*. Madrid: Paidós Ibérica.

Ranciere, J. (2007). *El desacuerdo. Política y filosofía*. Buenos Aires: Nueva visión.

Richard, N. (2007). *Márgenes e Instituciones. Arte en Chile desde 1973*. Santiago de Chile: ediciones metales pesados.

NUEVAS MIRADAS SOBRE EL TERRITORIO: CARLOS PÉREZ SIQUIER Y JOAQUÍN DEL PALACIO*

Mónica Carabias Álvaro
Universidad Complutense de Madrid

1. Kindel y los Pueblos de Colonización

> Kindel nos ha traído aquí todo eso que no exhibe, lo que ofrece en secreto la oculta y prodigiosa belleza de lo que nació pobre y se mantiene en la adversidad (Bisbal, 2007: 41).

El trabajo fotográfico realizado por Joaquín del Palacio (1905-1989), *Kindel*[1], ha sido hasta ahora y de forma escasa objeto de estudio únicamente de arquitectos urbanistas[2]. El desconocimiento de su figura en el ámbito del arte fotográfico se debe muy probablemente tanto a su negativa a exponer su trabajo como a integrarse en grupos artísticos de diversa índole. El conjunto de su obra, comenzada tras el final de la guerra civil española[3], difundida únicamente en libros y publicaciones de carácter profesional, le sitúa como uno de los fotógrafos profesionales con mayor presencia en las publicaciones de arquitectura[4]. Gran parte de sus fotografías nos han permitido conocer y analizar el desarrollo y particularidades de la arquitectura moderna española de los años 50 y 60:

> Los cambios que pronto empezarán a operarse en la arquitectura europea –sustitución de un conjunto de clichés establecidos por otros "novedosos" y aparentemente sugestivos, transformaciones formales presentadas como decisiones rigurosas y realistas– no tendrán, sin embargo, influencia importante sobre esta arquitectura española del decenio 1950-1960. Los arquitectos españoles continuarán persiguiendo afanosamente una "puesta al día" de su actividad, ignorando por el momento los nuevos "profetas", sin mantener tampoco, por otro lado, posiciones de estricta ortodoxia con respecto a las directrices del Movimiento Moderno, lo que facilitará actuaciones más libres poco sometidas a normas y postulados estrictos (Flores, 1988: 12).

De igual manera, como ya ha apuntara Rubén A. Alcolea, sus fotografías han contribuido muy especialmente a la internacionalización de algunos de estos trabajos arquitectónicos como los realizados por Luís Fernández del Amo[5] o Fisac, entre otros. El presente análisis de la obra de Kindel "reivindica" el protagonismo de su trabajo más allá de su labor profesional en el campo de la arquitectura y con respecto al resto de la producción fotográfica artística realizada en la inmediata posguerra. Frente a las dos alternativas posibles, la fotografía académica y/o humanista, Kindel potencia su independencia como creador

* Este estudio se ha realizado en el marco del proyecto "Tras la República: redes y caminos de ida y vuelta en el arte español desde 1931." MICINN, PN I+D+i 2012-2014. Referencia: HAR2011-25864 financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.

[1] No firmará así hasta mediados de los años 50. Hasta esa fecha firmaba sus reportajes como Joaquín del Palacio.

[2] En el año 2000, la galería Buades expuso bajo el título de "Momentos", algunas de sus fotografías en el marco del Festival Off de PhotoEspaña.

[3] En 1939, comienza su carrera profesional en la Dirección General de Regiones Devastadas, fotografiando el efecto de la guerra en los espacios urbanos. Después, trabajó en la Dirección General de Turismo y la sección de Coros y Danzas de la Sección Femenina. Sus fotografías respondían al interés franquista de promover la unidad histórica por vía de la recuperación del folklore. Pese a todo, no se trata de imágenes grandilocuentes o artificiosas. Por el contrario, resultan muy directas y denotan la personalidad del fotógrafo más próxima a la fotografía documental, incluso antropológica, que al dispendio patriótico.

[4] Dentro del colectivo de fotógrafos profesionales dedicados al campo de la arquitectura habría que señalar algunos nombres propios como son: Francesc Catalá Roca, Paco Gómez, Ferris, Pando y Joaquím Gomis, entre otros.

[5] El propio arquitecto ha reconocido que al objetivo, a la sensibilidad y visión de Joaquín del Palacio le debe parte de mis éxitos y le estoy agradecido.

fotográfico a partir de una obra más cerca de la abstracción que de la figuración y que tiene como protagonista a la arquitectura moderna:

> (…) la búsqueda de la abstracción reclama en el lenguaje el papel de evidenciar los elementos constitutivos básicos de la obra arquitectónica, y la economía se encamina hacia la industrialización y el funcionalismo (Calzada, 2007: 89).

Precisamente, a partir de la reducción formal y la simplificación compositiva Kindel desarrollará un estilo personal, que sintoniza como ningún otro con la nueva realidad del paisaje con la que se topa su cámara.

El arquitecto Rafael Aburto le introduciría de lleno en el medio arquitectónico a través de la *Revista Nacional de Arquitectura (RNA)*, plataforma desde la cual se quiso reconducir el discurso arquitectónico, así como su internacionalización, desde finales de los años 40. Es así como el trabajo de Kindel se inserta en el debate arquitectónico generado en estos momentos, y que liderado por Carlos de Miguel[6] cuestiona el anacronismo de la arquitectura de Estado, con su consecuente presupuesto de identidad nacional, para poner su atención en la arquitectura del norte de Europa. En este debate resuenan palabras como abstracción, esencialidad,… Fisac habla de: "un funcionalismo de verdad, honrado, en perfecta armonía con los materiales de que podamos disponer y sin teatralidad"[7].

El trabajo de Kindel en la *RNA*[8] alcanza su mayor reconocimiento profesional entre 1958 y 1959. Entre otros encargos, realiza el reportaje sobre Vegaviana, el pueblo de colonización proyectado en Cáceres por José Luis Fernández del Amo dentro de la política de INC. En 1943, nacía el Instituto Nacional de Colonización con la vocación de remediar el descenso de la producción agrícola; un grave problema para el autoabastecimiento del país. El Instituto marcaría las pautas respecto a la distribución de espacios y tipologías arquitectónicas sobre las cuales se levantarían estos pueblos de colonización. En distintas circulares fueron comunicando los criterios de unificación y ordenación del territorio: una plaza equipada con comercios y en la que estuvieran los poderes civil y eclesiástico; una iglesia, escuela, comercio, industrias artesanas, asistencia sanitaria y separación del tráfico rodado y peatonal. Los recursos formales propuestos por el Instituto daban como resultado, en palabras de Manuel Calzada, "un tipo de pueblo mezcla de racionalidad circulatoria y reproducción pintoresca" (Calzada, 2006: 92), que no convencía a los jóvenes arquitectos del INC. Por el contrario, estos llevarían a cabo en palabras de Eduardo Delgado, "una suerte de laboratorio-puente entre el recurso al historicismo de la posguerra y una arquitectura más moderna de raíz organicista" (Delgado, 2006: 94). El contexto económico por el que atravesaba el país y la escasez de medios consecuente, facilitaron, en cierta medida, una arquitectura que en su economía de medios encontró en la abstracción la esencia de la modernidad; una opción lejos de la afectación, cercana a la realidad y que puso a prueba la capacidad y creatividad de los arquitectos.

Por su parte, Kindel dispuso su cámara al servicio del relevo generacional, que representaban los jóvenes arquitectos Del Amo, Laorga, Aburto, Vázquez de Castro o Sota y la aspiración de todos ellos por alcanzar una arquitectura moderna. Aquella mirada jovial, entusiasta y directa con la que retratara los coros y las danzas del folklore español y en los que entresacara la singularidad de cada protagonista, fue, asimismo, la responsable de configurar visualmente un ideario con más de seiscientas fotografías de la nueva arquitectura española de las décadas 50 y 60. El resultado, en ambos casos, fue un riguroso y copioso material documental, al que añadir un indiscutible y aún mayor valor artístico por lo original y resultante de la época que le tocó vivir.

La mirada de este fotógrafo autodidacta resulta poderosamente novedosa, precisamente, por el modo en que representa la figuración. Ya sea en sus imágenes para Coros y Danzas como las de los pueblos de colonización, Kindel desafía la tradicional atención académica sobre la figura para derivar en una composición mucho más libre, donde integrarla con el fondo en composiciones de asombrosa armonía y ordenación poética. Su capacidad natural para convertir un paisaje cotidiano intrascendente en trascendente resultará definitoria. Todo ello es resultado de un particular proceso de búsqueda intuitivo, casi caprichoso, del punto de vista que denota una personalidad fotográfica discordante con la producción fotográfica contemporánea. Alcanzando así una fotografía documental altamente expresiva, y pionera por potenciar las posibilidades poéticas de la narrativa documental y singularizar cada uno de los elementos (re) integrados conscientemente por él en la composición.

[6] Arquitectos como Fisac, Alejandro de la Sota, Cabrero, Coderch, Sostres, Sainz de Oiza, Corrales, Molezún, Feduchi, Fernández Alba, Moreno Barberá… se suman a este debate con el que se intenta redefinir acorde a la nueva época la arquitectura española. Debate que concluirá con la firma del Manifiesto de la Alhambra en 1952, donde se proclama el cese de los planteamientos herrerianos y la búsqueda de una arquitectura española en relación a la nueva arquitectura contemporánea.

[7] "Las tendencias estéticas actuales", en *Boletín de la Dirección General de Arquitectura*, Madrid, 9 de diciembre de 1948.

[8] A partir de 1959 se volverá a llamar como antes de la guerra civil: *Arquitectura.*

Evidentemente, cuando observamos la fotografía arquitectónica de los pueblos de colonización –Vegaviana, San Isidro de Albatera, Cañada de Agra, Villalba de Calatrava[9], etc.– así como otros de sus trabajos realizados como la Casa Vallet en Ciudad Lineal (Madrid)[10], el Pabellón de la Cámara Sindical Agraria de la Feria de Campo de Pontevedra[11], el interior del cine Marvi (Madrid)[12], el local comercial Usía (Madrid)[13] o el poblado de Caño Roto (Madrid)[14], entre otros reportajes, entendemos que el autor no trata de hacer una reproducción fidedigna de sus formas y volúmenes, ni tampoco de sus gentes. Por el contrario, estamos ante una interpretación libre de un ideario arquitectónico que le sirve a Kindel como punto de partida para componer sus propias imágenes; fotografías que deben tanto a la realidad en la que son generadas como a su imaginación.

La subjetividad de su enfoque, aquella con la que particulariza la belleza y poetiza los objetos, individuos, paisajes y arquitectura, en absoluto convierte en inservible el objetivo a priori documental. Al contrario, esta peculiar confirmación formal, tanto de la arquitectura como del espacio en el que se enclava, intensifica la imagen de modernidad de toda esta arquitectura y confirma la autonomía de su lenguaje fotográfico:

> La fotografía de Kindel, como el arte abstracto, es reveladora del objeto plástico por sí, de su esencial expresión estética independientemente de su representación (Fernández del Amo, 2007: 29).

En todos estos trabajos, Kindel profundiza en su idea de la abstracción, que responde tanto a la creación libre e independiente como autor como al respeto hacia la obra fotográfica, ya al margen de lo fotografiado. Esto no quiere decir que renuncie a la representación realista de lo concreto, sino que es a través de esta conducta abstracta como reafirma su espíritu creativo. Esta conducta, aislada e inhabitual en el panorama fotográfico contemporáneo, y fundamentada en su enfoque libre y selectivo de los temas, entre ellos la arquitectura contemporánea, renueva, sin duda alguna, la producción fotográfica de los años 50 y 60. Se trata de un estilo novedoso por su forma de retratar la realidad a partir de una "alteración" visual de los elementos que la conforman. Sus composiciones, ya sean abstractas como realistas, se impregnan de ese espíritu contemporáneo, independiente, directo y reflexivo evocado en los espacios, lugares y gentes que retrata. Al igual que veremos en Carlos Pérez Siquier y La Chanca, Kindel encuentra en los pueblos colonizados la materia sobre la que edificar sus propias imágenes contemporáneas.

2. "La España del silencio": La Chanca, 1956-1965[15]

> Los habitantes del suburbio prosiguen su vida aperreada sin preocuparse de los que miran desde arriba.
>
> (Goytisolo, 1981: 23)[16].

Carlos Pérez Siquier se encuentra, sin duda alguna, entre los grandes fotógrafos de nuestro tiempo. El modo en que se enfrentó a la realidad humana del pueblo de La Chanca, la mirada natural con la que registró su vida cotidiana, su pobreza y su "independencia" le posicionaron como un auténtico fotógrafo de su tiempo. La Chanca le resultaba un asunto cercano. Todo este conjunto representa una valiosa contribución testimonial de este territorio almeriense, de sus calles, tierra, espacios, gentes[17],… Un trabajo de alto contenido documental, cuyo aspecto formal adquiere un alto grado de independencia artística con la que explorar géneros como el retrato, el paisaje o el reportaje, desde el realismo hasta la abstracción. El tiempo durante el que retrató La Chanca lo pasó, asimismo, conociendo el lugar y sus gentes, pero sobre todo registrando el particular ritmo de aquella región tan abstracta en su materia como figurativa en sus gentes. Durante los fines de semana y a lo largo de varios años, Carlos se empapará de la realidad de aquel territorio de tierra seca y luminosa, de rostros

[9] También fotografía para José Luis Fernández del Amo los siguientes pueblos de colonización: Belvís del Jarama (Madrid, 1951), San Isidro de Albatera (Alicante, 1954), Villalba de Calatrava (ciudad Real, 1955), El Realengo (Alicante, 1957), Las Marinas (Almería 1958), Cañada de Agra (Albacete, 1962), La Vereda (Sevilla, 1963), Miraelrío (Jaén, 1964), Puebla de Vícar (Almería, 1966) y la ampliación de Jumilla (Murcia, 1968).

[10] Arquitectos J. A. Coderch y Manuel Valls, 1956.

[11] Arquitecto Alejandro de la Sota, 1956.

[12] Arquitectos C. Sobrini y F. Heredero, 1959

[13] Atribuido a M. Barberá, 1957.

[14] Arquitectos José Luis Íñiguez de Onzoño y Antonio Vázquez de Castro, 1956-1959.

[15] En 2011, Carlos Pérez Siquier expuso en el Museo Arqueológico de Almería, bajo el nombre *La Chanca, todo un barrio,* 78 fotografías, algunas de ellas inéditas, del trabajo realizado durante 1956-1965 en dicho espacio. La muestra fue organizada por el Instituto de Estudios Almerienses (IES). El catálogo publicado incluía textos de Juan Goytisolo, José María Ridao y José Ángel Valente. Esta exposición ha sido el retrato más completo del barrio almeriense visto hasta la fecha. En esta ocasión, se expusieron, por vez primera, las ocho fotografías de la subserie "El Velorio", expuestas únicamente en la Embajada Española de Paris en el año 1959 con motivo de la exposición en el mes de diciembre del grupo AFAL, conjuntamente con los fotógrafos del grupo francés Les 30 x 40.

[16] La primera edición del libro de Juan Goytisolo fue publicada en el año 1962 y editada por Librería Española de París. Dicha edición circuló de forma clandestina por España, publicándose un fragmento del mismo en la revista *Destino*. El propio Carlos Pérez Siquier reconoce que el trabajo del escritor le ocasionó varios problemas con la policía franquista, así como varias detenciones al creer esta que este era el autor de las fotografías que acompañaban al texto. En 1981, la editorial Seix Barral publicaba la obra completa de Goytisolo.

[17] Carlos Pérez Siquier inicia este trabajo en el año 1956 con la intención de preparar un fotolibro, que quedará en proyecto.

curtidos y alegres y de la pobreza de sus hogares. Todo ello en un acto artístico de percepción y comunicación con el presente.

Lo que convierte a este trabajo en novedoso y excepcional frente al resto de la producción contemporánea, es el modo en que el autor prima la mirada natural frente la social, y que afecta notablemente al resultado poético de las imágenes. En este pueblo, donde reinaba la miseria y el abandono, se destaca sin sensiblería ni artificio la alegría y dignidad de sus gentes y la belleza de su tierra. No hay pretensión alguna de embellecer la realidad, tan solo de retratarla en su autenticidad, lo que no le resta valor documental. Pero es la conjunción de su particular sentido de la realidad, basado en la naturalidad de la imagen, junto a su estética fresca e instantánea lo que la convierten en moderna.

Ser consecuente con el tiempo que le ha tocado vivir es lo que le lleva a comprometerse con la realidad. Para ello retrata el medio natural tal y como se revela, sin adornos ni intervención. Hay complicidad con el lugar y las gentes, pero una complicidad natural, un sentimiento de aceptación y hermanamiento, explica el autor, por el respeto mostrado. Con todo ello, se deduce que una de sus mayores preocupaciones desde hace seis décadas en la que lleva trabajando en la fotografía, haya sido y aún lo sea que la fotografía responda al momento histórico en el que es producida: "parece como si el tiempo se hubiese detenido en la fotografía española", declaraba a mediados de los cincuenta. Somos un enorme ojo colectivo ya cansado. "Todos vemos igual (…)" (Pérez Siquier, 1956 en Terré, 2006: 335).

Para Pérez Siquier su tiempo, su espacio, el medio en el que se desenvuelve y vive resulta indisoluble de su creación artística (Carabias, 2002). Este testifica con su trabajo en La Chanca: primero, su aversión a la fórmula y segundo, su búsqueda de la autenticidad del acto fotográfico. Esto quiere decir: una fotografía directa y natural, que también será reflejo de su personalidad transparente. Una mirada que tendrá mucho de intuición, incluso de participación, pero también de inmediatez, "la teoría, declara el autor, se elabora sobre la marcha".

Ciertamente, no podemos olvidar la intención del fotógrafo por convertir a este reportaje en un tema de interés humano de índole universal, donde "procurar sacarle partido a lo geológico y resaltarlo con elementos humanos, si es posible…" (Terré, 2006: 29)[18].

> (…) El problema social es común a todos los países. Puede ser un problema de transportes, de alimentación, de mecanización…, acaso de felicidad. En todos los rincones existe y puede ser explicado (Pérez Siquier, 1960 en Terré, 2006: 347).

Su atención por este barrio –espacio intranscendente para el resto de sus colegas almerienses[19]– por la peculiar geografía de su tierra, el carácter de sus gentes y asuntos cotidianos lo alejan definitivamente de la fotografía "oficial" de tipos y folklore y del pintoresquismo de la fotografía artística y salonística. Pero también de los reportajes publicados en *Life* –Carlos declara, "pretendo hacer fotos en las que el asunto no muera en el" (Terré, 2006: 348)–, y de la fotografía moderna de la que hablan sus contemporáneos. Esta tierra, próxima a su ciudad natal, supondrá el punto de partida hacia su búsqueda de una fotografía personal y actual, que responda únicamente a la época que le ha tocado vivir, con sus luces y sus sombras:

> Se me echan muchos encima diciendo que el tema de "viejas" está gastado. Yo creo que están equivocados. Pues para mí no existe "Tema", no valoro nunca el asunto fotografiado sino la "Forma" en la que ha sido retratado (Terré, 2006: 347)[20].

De esta manera, el territorio de La Chanca representa para Carlos Pérez Siquier un primer laboratorio, donde postular sus principales intereses: la fotografía al aire libre y la fotografía de actualidad, encarnada en cada uno de los rostros, objetos, lugares y espacios que la conforman, esto es "la vida misma":

> Estos personajes existen, son símbolos aún de nuestra época, es de cobardes quererse sustraer a su contacto. Claro que esta fotografía no va dirigida a los melindrosos y pusilánimes, ni a los que sólo son capaces de ver belleza en las formas abstractas (Pérez Siquier, 1957 en Terré, 2006: 347).

Y es en su actitud vitalista e inquieta, donde reside básicamente el latido de su modernidad, en una fotografía sin dogmas, nada más; la algarabía espontánea y la tristeza ocasionada por la muerte de un ser querido retratada en la subserie "El velorio"[21], así lo corroboran.

Sin embargo, esta modernidad sería rechazada por sus contemporáneos, que la juzgaron de intrascendente y banal, sin contenido, "la realidad, dijeron, por sí misma no es arte"[22]. Xavier Miserachs proponía como fotografía moderna aquella fotografía

[18] Estas palabras fueron escritas por el fotógrafo a Oriol Maspons en una carta fechada el 15 de marzo de 1957.

[19] La Chanca fue, igualmente, objeto de interés para los escritores José Ángel Valente y José María, y el arquitecto Ramón de Torres.

[20] Estas palabras corresponden a la entrevista que Emilio Carrión le realizó y que fueron publicadas en el número 11 de la revista *AFAL* (1957).

[21] De este trabajo solo se conserva un contacto con 15 imágenes.

[22] El autor llevó la fotografía titulada "Boda en La Chanca" (1957) al Salón de Vanguardia celebrado en 1957.

pensada, artificiosa y en la que el concepto pesara. No bastaba solo con documentar la realidad, la fotografía moderna debía recrearla. A esto último el autor responderá:

> Muchos artistas modernos, aunque no lo confiesen, se han dicho en su interior: ¡El hombre! ¡Qué miseria! ¡Qué asco! Pero esto no es más que "señoritismo", feo vicio. El gesto de naúsea de ciertos artistas ante el hombre recuerda el desdén del refinado señorito de ciudad por su ascendencia campesina. Y el señorito no es más que cáscara vana de hombre (Terré, 2006: 29)[23].

Al parecer le faltaba concepto, reflexión, técnica, interés más allá de los hechos documentales. Los prejuicios hacia su fotografía inmediata y natural llevaron a calificar su trabajo despectivamente como fotografía de calle, pudiendo ser realizada por cualquiera. Tan solo, mencionaron su tendencia a la abstracción como tabla artística de salvamento y "modernidad"[24].

Pese a ello, el fotógrafo proclamará bien alto su compromiso fotográfico asumiendo el papel como testigo de su tiempo y, asimismo, subrayando su negativa al engaño:

> Mi fotografía racial, llamémosla provisionalmente así, (…) yo quisiera que estuviese integrada también de dolor, porque en nuestra España, y principalmente en nuestros pueblos lo encuentro a casa paso, aunque resignado. Sobre todo yo desearía que mis personajes irradiasen poesía (Terré, 2006: 347).

El fotógrafo se siente con la responsabilidad de registrar la vida diaria en todas sus manifestaciones visibles. Esta es su principal propuesta para renovar la fotografía documental en nuestro país:

> Y la penetrante insinuación que parece desprenderse de cada una de las instantáneas en las que Pérez Siquier se fija en las mujeres que preparan la colada, o que acarrean agua desde las fuentes o se ocupan de sus criaturas, es que confundir la pobreza con la tradición acaba conduciendo tarde o temprano a transformar la desigualdad en las condiciones de vida en desigualdad entre los seres humanos (Ridao, 2005: 52).

Lo cotidiano, lo sencillo y lo inesperado se convierten en el foco de su atención. Su mirada natural las poetiza y reconvierte en atemporales:

> (…) Yo pongo cariño en todo, aún en lo más simple, y lo observo con ojos nuevos y admirados. A veces los seres y las cosas se me entregan, me dejan conocer su segundo universo y entonces yo descubro que he realizado una buena fotografía, que he transformado una nueva realidad para infundirle calor, para poetizarla, que es la base suprema de la intemporalidad de cualquier obra (Terré, 2006: 30).

Cuanto más se adentra en esta tierra más se interesará por su valor como "objeto" artístico; en esto tendrá mucho que ver con el cambio del formato ventana del 35 mm al cuadrado 6x6 de la Rolleiflex.

A partir de la década de los 60, los años del desarrollismo en España, de los primeros vuelos Charter y la llegada de turistas a nuestras costas, Carlos Pérez Siquier emprende una nueva investigación formal, esta vez en color –España se aleja cada vez más del blanco y negro de la posguerra– y con un nuevo formato, el cuadrado. Consciente de que la fotografía solo puede ser producida en el presente y basándose en lo que existe objetivamente, "lo que veo, explica, trato de captarlo antes de que cambie", renueva entre 1962-1965[25] su trabajo en La Chanca atendiendo, especialmente, a las cualidades formales y estéticas de los materiales y texturas y a su relación e inserción en el entorno. Aquella mirada natural en blanco y negro[26] (1956-1962) de encuentro y comprensión con la que reflejó[27], dentro de su pobreza, los valores que intrínsecamente tenían los habitantes de este barrio deprimido y marginal habitado por mujeres de negro, niños riéndose, madres amamantando, faena de pescadores, ropa tendida, ancianos y jóvenes, baile y fiesta, vida y muerte dará paso a un universo de color, elemento que convertirá desde esta fecha en su seña de identidad[28], y que, nuevamente, indica su contemporaneidad; baste decir que la fotografía en color se usaba únicamente en el mundo de la publicidad y/o de las fotografías instantáneas[29], lo cual no impide que lo emplee para esta nueva exploración del territorio.

[23] Esta es una cita de Fernández Santos, que utiliza el fotógrafo en su entrevista con Emilio Carrión.

[24] Este fue el caso de Emilio Carrión.

[25] Desde 1963, Carlos Pérez Siquier trabaja como fotógrafo independiente para el Ministerio de Información y Turismo. En este tiempo, adquiere una Rolleiflex. Abandona el 35 milímetros de su primera cámara, una Minox de su padre, y de la segunda, una Contax que usó hasta 1962.

[26] La fotografía española de la década de los 50 y parte de los 60 fue estrictamente en "blanco y negro". Los grises hubieran acentuado el dramatismo vivido durante la posguerra de aquellos años. También en blanco y negro fueron los trabajos de dos de los grandes fotógrafos documentalistas del siglo XX: Eugéne Smith y Robert Frank. Ambos visitaron España en 1950: Frank estuvo en Valencia y Smith en La Deleitosa.

[27] Insiste, a propósito, que en su intención nunca estuvo la denuncia, como tampoco el registro de su miseria.

[28] 1962 fue el año en que se pasó definitivamente al color.

[29] Resulta interesante señalar el hecho de cómo Europa fue esclava de la fotografía en blanco y negro hasta bien entrada la década de los setenta. Por su parte, Estados Unidos "permitiría" la entrada de esta fotografía en los museos no antes de finales de los setenta, en concreto con el trabajo de William Eggleston.

Es ahora cuando la mirada inquieta de este fotógrafo autodidacta[30] abandona su interés por el individuo y la figuración para buscar de forma intuitiva las cualidades del detalle. Su afán por volcarse en este, convierte su mirada en subjetiva abstrayendo la ambigüedad del espacio (Carabias, 2002) a partir de la piedra, la cal y la arena, de la tierra:

> Después de hacer reportajes de gente, hice aquel trabajo, que era una especie de abstracción, de informalismo abstracto, que eran los desconchones en las paredes de La Chanca (…) Me di cuenta de que en las paredes, que habían sido encaladas por los sucesivos moradores con distintos colores, tenían unas texturas muy interesantes (…) Eran fotos de conceptos, que tuvieron una gran importancia. Aparte de su configuración estética, la tenía social. Era una especie de lectura del paso del tiempo (…) ¿Había un trasfondo social en esa abstracción? Efectivamente (…) (Pérez Siquier, 1991: 10).

La Chanca es efectivamente un trabajo de transiciones: del retrato colectivo al individual, del blanco y negro al color, de la figura al objeto, del "reportaje puro" a la abstracción. Pero también el territorio del que partió su coherente y particular forma de ver con la que descubrir lo verdaderamente estimulante, tanto a nivel humano como estético, del paisaje español:

> (…) Mirar sin ver, eludir toda forma de que el otro se nos haga excesivamente presente, porque sus problemas podían parecernos una acusación. Tal es lo que sucede a la gente de la Almería del enriquecimiento o la abundancia respecto del barrio de La Chanca. No la conocen porque no se asoman a ella, porque tienen luego miedo a lo desconocido y fabulado y porque sienten al que está más allá de un límite preciso como un posible factor de riesgo. La Chanca es un ejemplo grave. Pero al menos La Chanca habla, combate, se hace oír (Valente, 1996).

3. Epílogo al unísono para un retrato de la realidad sin guión

Frente a un panorama fotográfico generalizado, oscilante entre lo popular y lo folklórico y lo documental y artificioso, Kindel y Pérez Siquier encuentran un lenguaje formal contemporáneo, muy distante de la llamada fotografía "española", con el que representar el mundo en el que viven. Ambos, apuestan por una mirada auténtica y honrada y no por ello menos bella, que registra la esencia del tiempo presente con su escasez y miserias. Porque para ellos, como testigos visuales que son, sólo cabe una estética posible: la contemporánea. Es así cómo sus trabajos evidencian el complicado momento cultural, social, político y económico generado durante la posguerra en España y fruto del duro conflicto civil. Pero, por encima de todo, sendos autores se nos representan como verdaderos paseantes ante el encuentro de gentes, situaciones, objetos y paisajes diversos.

Lo que les distingue de sus colegas fotógrafos será el modo con el que trasmiten la realidad: sin artificio, sin adornos, tal y como es, sin "trabajarla". Son, así pues, dos innovadores visuales de la realidad de la posguerra a partir del ensamblaje arquitectura-espacio en el caso de Kindel y de los individuos-situaciones en el de Pérez Siquier. Dos propuestas tan opuestas como complementarias. La mirada selectiva de Kindel frente a la naturalidad de Pérez Siquier. Los dos coinciden tanto en el uso que hacen de la fotografía, un ejercicio libre de creatividad y respeto al medio, como en el poder evocador y poético de sus imágenes. De esta forma, representan en el panorama fotográfico del momento una novedad frente a la mayoría, que proclaman una y otra vez que la realidad no es bella por sí misma, abogando por una creación formal alejada de lo natural, espontáneo y mudable que tiene la realidad, en favor de una creación llamémosla clasicista y, evidentemente, inmutable. Uno y otro nos dan fe de aquella época de silencio.

4. Bibliografía

Alcolea, R. (2004). "Sobre el fondo de una síntesis panorámica de la arquitectura moderna" en *Modelos Alemanes e Italianos* (pp. 147-159). Pamplona: Actas Congreso Internacional ETSAUN.

—. (2009). "Kindel, fotógrafo. Ciudades de colonización en España" en *LIS Letra Imagen y Sonido 2*(3), (marzo-junio 2009), pp. 139-149.

Almería (1967). León: Editorial Everest.

Almería en color (1983). León: Everest.

Bisbal, I. (2007). "Paisajes abstractos" en *Kindel. Fotografía de Arquitectura,* Madrid: COAM.

Boletín de la Dirección General de Arquitectura (1948). Madrid, 9 de diciembre.

Calzada, M (2006). "Influencias norteamericanas en el urbanismo del Instituto Nacional de Colonización" en *La arquitectura norteamericana: motor y espejo de la arquitectura española en el arranque de la modernidad (1940-1965)* (pp. 87-96). Pamplona: Congreso Internacional de Historia de la Arquitectura Moderna.

Carabias Álvaro, M. (2002). *Carlos Pérez Siquier. La mirada cómplice.* Madrid: Rsf/01.

[30] La afición le viene de su padre, que tenía un laboratorio. Carlos Pérez Siquier representa el modelo de fotógrafo de estas décadas: un fotógrafo autodidacta, formado básicamente en las agrupaciones y revistas extranjeras.

Delgado, E. (2002). *Arquitectura, ciudad e ideología antiurbana.* Pamplona: Escuela Técnica Superior de Arquitectura Universidad de Navarra.

Fernández del Amo, J.L. (2007). "El arte en la fotografía de Kindel" en *Kindel. Fotografía de Arquitectura,* Madrid: COAM.

Flores, C. (1988). *Arquitectura Española Contemporánea, II 1950-1960*. Madrid: Aguilar Mayor.

Goytisolo, J. (1981). *La Chanca*. Barcelona: Seix Barral.

Kindel. Fotografía de Arquitectura (2007). Madrid: COAM.

La Chanca (2008). Madrid: Consejería de Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía.

La Chanca. Pérez Siquier (2001). Madrid: Junta de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Transportes.

La Chanca (2001). Sevilla: Dirección General de Arquitectura y Vivienda.

La Chanca, todo un barrio (2011). Almería: Instituto de Estudios Almerienses.

La mirada (2005). Ministerio de Cultura. Madrid: Lunwerg Editores.

Pérez Siquier, C. (1956). "VII Salón Nacional de Fotografía del Mar" en *AFAL 5*, Almería.

—. (1960). "Fotografías de Francia" en *AFAL 23*, 16.

—. (1991). *Ideal*. Almería, 30 de junio de 1991.

Revista AFAL 11, 1957. Almería.

Terré, L. (1999). *Carlos Pérez Siquier (1999).* Madrid: La Fábrica. Tf. Editores.

—. (2006). *Historia del grupo fotográfico AFAL, 1956-1963*. Madrid: Photovisión.

Valente, J.A. (1996). "Almería, La Chanca y la memoria" en *El País* (1996, 15 de junio). Consultado en http://elpais.com/diario/1996/06/15/opinion/834789606_850215.html.

EN LA CALLE, "ARTE POR HORAS": PROVOCACIÓN, REUTILIZACIÓN, PERFORMANCE

Rafael Casado Martínez, Luz Fernández-Valderrama Aparicio, Antonio Herrero Elordi, Eva Luque García, Amanda Martín-Mariscal
Universidad de Sevilla

1. Las ciudades y los intercambios[1]

> El mundo entero, la ciudad es un escenario y todos los hombres y mujeres no son sino actores (Shakespeare, 1599: Acto II, Escena VII).

La ciudad es el lugar para los intercambios, tal vez esa sea su mejor definición. Mostramos una experiencia urbana planteada en el curso de proyectos 2 [grupos 9+11] de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Sevilla. La acción denominada "Arquitectura por horas" buscaba conseguir la frenada del viandante seduciendo su mirada, para lograr la interacción del objeto producido con su espectador callejero. Las piezas desplegadas en un contexto cargado de historia y muy concurrido, La Puerta de Jerez y los ámbitos históricos de la Casa de la Moneda de Sevilla, construyen las condiciones de comunicación que reclaman atención en el tránsito. El artista produce arte contrarreloj y el mensaje trasmitido es el vehículo que lo mantiene en la memoria.

Mirar atentamente, observar lo que nos rodea es descubrir la escenografía donde ya estamos actuando. El intento de comprender el mundo como gran teatro deja paso a la búsqueda y a nuevas maneras de mirarlo y de construirlo con los demás.

En el curso inicial de Proyectos de Arquitectura, Observatorios[2], adiestramos la mirada usando los argumentos del arte dentro del espacio cotidiano de la ciudad. Hay que saber contemplarlo para descubrir el interés en lo que aparentemente carece de él. Aplicamos el significante de "Safari" para lanzar al alumno a la caza de sucesos, de acontecimientos pasivos y/o activos en el espacio urbano, a revisar las acciones rutinarias o posibles interferencias, para posteriormente aprender a detectar causas de alteraciones en el espacio de lo común. Esta visión implica dos cuestiones: la primera, la exigencia de un ojo sensible adiestrado, capaz de destacar lo extraordinario en una cotidianeidad posiblemente –hasta ese momento– prosaico, la segunda supone introducir un orden visual de significados y acabar construyendo dispositivos que lo hagan posible.

El siguiente curso Proyectos 2, titulado *Contextos***,** introduce al alumno en toda la complejidad del espacio**,** usando también referencias artísticas. Descubrir el ámbito construido con las relaciones entre los sujetos - cuerpos- y el de los objetos que habitan con ellos y que los alojan. Es el mundo intangible de afectos inmateriales que convergen construyendo espacios perceptivos.

El contexto adquiere múltiples significados (*Con*: junto a, acompañando. *Texto*: texere, luego text, que significa paño, entramado, urdimbre, tejido) referidos a la red de significados que provienen del entorno e impresionan el intelecto. Es el campo de conocimiento para un grupo humano y parte integrante de su cultura y su visión del mundo o cosmovisión.

Nuestro contexto, el entorno que nos envuelve, es mucho más amplio que el pedazo de ciudad o terreno sobre el que el proyecto se asienta. El espacio unívoco deja paso hoy a un escenario decididamente ambivalente en sus manifestaciones físicas (materiales), inmateriales y virtuales. El lugar se define hoy

[1] Epígrafe repetido en varios capítulos del libro *Las Ciudades Invisibles* (Calvino, I., 1972).
[2] http://p1-1011.blogspot.com

Fig. 1 – Los preparativos entre la Puerta de Jerez y la Casa de la Moneda. Fuente: R. Casado

más allá de sus viejas connotaciones morfológicas, cuestiones dimensionales o aspectos referenciales. También tiene que ver con asuntos de la memoria, anímicos o ideológicos, lugares de conexión más allá de lo físico.

El arquitecto es cada vez más un creador de lugares. La elección de un lugar en el magma territorial es la primera decisión que caracteriza su obra. La arquitectura, el arte, debe aportar energía vital a un lugar, nunca quitársela, debe interaccionar con su entorno social, espacial y formal. La activación del contexto es la acción por excelencia.

En el espacio público, donde tiene lugar la actividad urbanita del trayecto y el encuentro, ese dinamismo es especialmente relevante. Y es aquí donde una acción arquitectónica posee la capacidad de alterar, modificar, interferir, redefinir o destacar el estado de lo común, se trata en definitiva de redibujar el paisaje urbano para generar un nuevo paisaje Los cambios del paisaje urbano no sólo afectan a los objetos arquitectónicos sino también a la percepción y la sensibilidad que los habitantes de la ciudad tienen de éstos, experiencia similar a la realizada en el territorio por los artistas agrupados bajo el nombre de landart, cuyas acciones transformaban el paisaje en un nuevo paisaje. La arquitectura debe ser dinamizadora, generar no solo estética o forma, sino sobre todo operaciones e intercambios entre los contextos y los programas, espacios diligentes, acontecimientos y sujetos. Los proyectos se desarrollan siguiendo estrategias, como en la realización de las películas de cine, el proceso de producción será registrado en todos sus estados y la acción se definirá desde la continuidad. La secuencia de acontecimientos y el estado final será una colección de secuencias de acción-experiencia.

2. El proyecto acción urbana de interacción

Sí, el arte es comunicación y, emulando una frase de Bárbara Krugger (1989) la calle es su "campo de batalla"[3]. El artista enfrenta sus descubrimientos al observador; como actor representa y transmite un mensaje. El arte comunica en un idioma universal, así entendemos cómo el estadounidense Isamu Noguchi pudo trabajar en el estudio del húngaro Brancusi. Ni el primero entendía francés ni el otro inglés, pero se comunicaban a través del hacer. Hablar poco y "hacer" mucho.

Fuera del ámbito convencional del aula, los alumnos de la Escuela de Arquitectura de Sevilla, implicados en *descubrir la naturaleza de los contextos*, desarrollan la acción callejera, denominada "arquitectura por horas". Persiguen construir en la calle "artefactos" que asuman un papel de lenguaje comunicativo, para que los habitantes de la calle interactúen en esa acción artística colectiva. Proyectar y construir en un *contexto urbano* supone escorzarse en idear argumentos performativos. Cuanto más capacidad tenga el dispositivo para construir una situación, mayor acercamiento a la producción de lo que entendemos por espacio colectivo.

Esas *performances,* con planteamientos heterogéneos, lograron establecer relaciones de comunicación con los paseantes. También entre los habitantes de Ersilia esas reacciones sociales son el germen de lo urbano. Allí las gentes:

> (…) tienden hilos entre los ángulos de las casas, blancos o negros o grises o blanquinegros según indiquen relaciones de parentesco, intercambio, autoridad, representación. Cuando los hilos son tantos que ya no se puede pasar entre medio, los habitantes se van: se desmontan las casas; quedan sólo los hilos y los soportes de los hilos (Calvino, 1972: 35).

Promover una acción colectiva particular y, a la vez, construir un mecanismo a escala 1:1, por tanto con claro compromiso con la construcción de la realidad, para provocar interacciones artefacto-paseante. Que los mecanismos produzcan interacciones implica una característica singular, el acto presencial de todos los agentes que producen y participan en la acción. Mejor evaluación

[3] Kruger, B. (1989). *Your body is a battleground.*

a la mayor capacidad de interacción que propicie la participación ciudadana en su entorno próximo o inmediato. Así la necesidad de cercanía se convierte finalmente en celebración.

¿No es la arquitectura un medio que ha de estimular la asociación colectiva? Es un atractor social. Entonces ¿Por qué no hablar de las posibilidades del arte como elemento de mediación e interacción social? El término social se refiere a la interacción de los organismos con otros organismos y a la coexistencia de sus colectivos, con independencia de si son conscientes o no y de si la interacción es voluntaria o involuntaria. ¿No puede ser la generación de una acción espacial-artística el laboratorio de mediación o activador de una acción social y por tanto colectiva? Se realizó una instalación efímera de cinco horas de duración, en un lugar muy transitado de esta ciudad, en un día elegido como acontecimiento.

La oportunidad de colaborar con alumnos y profesores de la escuela de arquitectura de la Universidad de Catania, con sede en Siracusa, no podía ser más sugerente: con el nombre de "*Reciclar, reusar, reutilizar: intervenciones artísticas en el espacio urbano*", desarrollamos dos proyectos paralelos en un espacio común, una web compartida con noticia en tiempo real de los contextos, enunciados y de los avances. Dos encuentros, uno en Sevilla y otro en Siracusa, sirvieron para discutir los proyectos, avanzar en direcciones comunes e incorporar otros puntos de vista.

Generamos un espacio de discusión interdisciplinar en el que convocamos a profesores de sociología (José Miguel Iribas, sociólogo, miembro de la Fundación *Arquitectura y Sociedad*), Geografía Humana (Alfredo Rubio, Facultad de Geografía, Universidad de Málaga), del mundo del Arte (Gerardo Delgado, Arquitecto de la ETSAS y Pintor) y a profesores vinculados y comprometidos con el mundo del teatro (Antonio Sáseta, profesor de la asignatura "Introducción a la teoría e historia del espacio escénico y el edificio teatral" en la ETSA)[4]. Esas participaciones ayudaron a "radiografiar" el espacio urbano y sus agentes constructores, materiales e inmateriales.

3. Arquitectura por horas: Acciones e Interacciones en el Espacio Colectivo

Los espacios patrimoniales de la Casa de la Moneda de Sevilla y su concurrido entorno albergarían estas acciones. El objeto artístico-arquitectónico se encargará formalizar canales de comunicación que *gestionen los afectos.* Lograr allí un foro de intercambio de experiencias colectivas entre profesores, alumnos, viandantes,…

La calle convertida en foro de convergencia de acciones, enunciadas como "Reciclar, reusar, reutilizar", y respuestas ante el proyecto pensado y construido como laboratorio urbano, que se construye en ese contexto nos propusimos reutilizar exclusivamente la materialidad del lugar y la de materiales reciclados, reutilizarlos como transformadores del contexto. Con el artefacto los espacios necesariamente deberían adquirir nuevo significado o capacidades con las acciones que cada proyecto provoque.

Fig. 2 – Cartografía de la Puerta Jerez y Casa de la Moneda. Sevilla. Fuente: E. Naranjo

La acción progresa y evoluciona contrarreloj en la interacción de los objetos dispuestos en la calle. El "argumento" de la acción exige medir el ámbito de la ciudad, intentar descubrir y comprender qué es necesario para los demás y para mí, los imprevistos y las emergencias y solventarlas con artefactos como un primer proyecto de arquitectura que nos pone en contacto con el espacio de la colectividad. A pesar de esto evitaremos la fría *tecnificación de lo público.* Confiamos en la ciudad creativa, el paseante toma partido ante lo insólito, inusual, inesperado,… altera el sentido inercial del hábito y la experiencia se convierte en celebración de los pobladores de la calle.

[4] (http://ingentes.es/?p=1038) El planteamiento presentado ha sido objeto de un proyecto financiado de Innovación docente titulado "La interdisciplinariedad como reto del aprendizaje inicial en la arquitectura".

3.1. Fase 1 del proyecto: La construcción de la situación, material e inmaterial

La arquitectura de la ciudad construye un lenguaje no solo formal, también cultural, político y social. Desarrolla conceptos lingüísticos de expresión, de comunicación., de aquello que se había venido denominando contexto. La auténtica dimensión cultural de la arquitectura contemporánea provendría de esa disposición a encarar con eficacia la aparente ambigüedad e indefinición débil de lo local desde una nueva lógica y cruce de fuerzas, de tensiones, de escalas, reacciones y actividades. Ya no es una envolvente protectora, un referente seguro, sino una situación de oportunidad. El lugar no sería ya un centro sino una coyuntura y un límite: el interés de las nuevas propuestas sería ofertar relaciones, impulsar nuevos vínculos y conexiones, activar programas, usos y también escenarios multiescalares. Multiplicar el lugar multiplicando sus identidades.

La Casa de la Moneda, fundada en el siglo XIII para la fabricación de marcos y roblones de la Corona de Castilla, fue un centro neurálgico entre el Alcázar de la ciudad y su Puerto fluvial. Su primitiva fisonomía de recinto compacto, ha ido modificándose a partir del último cuarto del siglo XIX hasta la actualidad, para convertirse en lugar de oficinas y viviendas. La manzana cerrada de su etapa medieval, busca abrirse al resto de la ciudad para conectarse con ella en la modernidad. Sin embargo el recinto ha mantenido su núcleo central como solitaria zona intransitada, a pesar de la cercanía del intenso tránsito de la plaza conocida como "La puerta de Jerez", que forma su límite externo.

Con la nueva estación de metro, esa plaza se ha convertido en encrucijada del desembarco de toda la población del Aljarafe hacia el centro de Sevilla. La velocidad del viandante en su "desembarco" en la ciudad es tal que deja aun más de manifiesto la quietud de los espacios de "La Moneda". La acción busca descubrir el interior de Casa de la Moneda, que el flujo entre en el remanso, que transforme el trasiego en paseo.

En los primeros estudios, los alumnos seleccionaron toda la información relevante del contexto. Ese registro de elementos materiales e inmateriales supuso una *"Realidad aumentada como estrategia de intervención en el espacio público"*[5]. La gente pasea veloz con una dirección muy clara, definida por el Eje de la Avenida de la Constitución-Catedral, hasta las calles con mayor densidad comercial del centro: desde la plaza del Ayuntamiento, Calle Sierpes, Cuna, hasta los espacios y calles que rodean el centro comercial de El Corte Inglés.

3.2. Fase 2 del proyecto: Cinco por cinco. Confrontaciones contrarreloj

La acción o instalación final sucedió en Sevilla, el 9 de Junio de 2011: "Arquitectura por horas" es una Performance arquitectónica de acción colectiva que se coloca en un contexto urbano rico en historia y acontecimientos. La acción convierte la calle en un laboratorio social donde convergen acciones y respuestas.

Los cinco proyectos se denominaron: *El cementerio de neumáticos, Scátola rosa (caja roja), El bosque fantasma, Filtro VHS y Jardín del agua (Jardín árabe)*.

Los estudiantes, con el proyecto, persiguen por un lado que los habitantes de la calle interactúen con las formas-arquitecturas, además de registrar, en las reacciones de los paseantes, aquellos mecanismos que producen las interacciones. Todo se materializó en cinco instalaciones efímeras que permanecieron 5 horas [instalación-acción-desinstalación] en la calle. Cinco propuestas que residieron cinco horas en el entorno de la Casa de la Moneda. La antigua Ceca del reino. En una hora fueron construidas y en cuatro consumidas.

Cinco acciones de ámbito académico pensadas para un contexto urbano que se reutiliza, la Casa de la Moneda y su entorno inmediato. Usamos su materialidad y añadimos otros materiales procedentes de reciclajes: plástico, papel, metal, neumáticos o embalajes. Los alumnos hicieron llamadas y avisos a través de las redes sociales, animando a compañeros y a sus amigos a participar e incorporar materiales, que debían usarse en la construcción, y de nuevo, ser depositados en un punto limpio para su posterior reciclaje.

Cinco colores concurren sobre el tablero de juego, uno por cada equipo de trabajo: Negro, rojo, (blanco-verde), (amarillo-ocre), azul, convertidos en señas de identidad del equipo, tanto de los alumnos promotores, como de todos aquellos que quisieron participar. Las propuestas intentan conjugar planteamientos conceptuales con un proceso metódico de alegorías visuales, que son extremadamente sencillas y no están exentas de humor e ironía.

Cinco Instalaciones efímeras que en cinco horas, se montaron, interactuaron y desaparecieron. Y en esas cinco intensas horas, se diseñó un foro de intercambio de experiencias entre profesores, alumnos, viandantes o la policía local. La

[5] La acción desarrollada por el arquitecto invitado Miguel Villegas se puede ver en: http://ingentes.es/?p=1067.

arquitectura apareció en primer lugar como extraños objetos instalados, provocadores como descubrimiento que desvelaban posibilidades. La capacidad para producir situaciones, y no su carácter objetual, será la principal medida para evaluar el ejercicio. Los paseantes tomaron partido ante lo insólito, inusual, inesperado y la experiencia se convirtió en celebración de los pobladores de la calle.

Sabemos que lo inusual, en ocasiones pasa inadvertido y en otras se presenta como revulsivo o subversivo: durante cinco horas registramos las imágenes del tránsito para documentar las respuestas a las provocaciones, el comportamiento del espectador ante el objeto, las acciones de réplica o las indiferencias. La manifestación artística como objeto y como descubrimiento desvela -*superado* el objeto en sí- cómo transforma al observador y cuál es su capacidad para provocarle emociones - respuestas. La interacción no tardó en producirse entre los previsibles e inesperados paseantes y los proyectos desplegados en la calle para recorrerlos y descubrir los nuevos espacios con su contexto arquitectónico.

La noticia apareció en la prensa local: *"Arquitectura de interacción"*

- Alumnos de Arquitectura levantan instalaciones efímeras en la Puerta de Jerez.
- Es un trabajo de la asignatura Proyectos I del primer curso de Arquitectura.
- Neumáticos, botellas de plástico, cartones… todo el material reutilizable.
- El proyecto se realiza en colaboración con la Universidad de Catania (Italia)
- Los romeros de la Hermandad del Rocío esquivan los neumáticos en su camino a las marismas.
- Algunos ciudadanos avisan a la Policía temiendo un ataque a un banco.
- Simpatizantes del movimiento 15-M intentan reutilizar una de las instalaciones.

Inventario de participantes en el proyecto:

- Cientos de paseantes
- Turistas de todo el mundo. Contabilizamos hindúes, japoneses, chinos, norteamericanos y suramericanos, africanos y de casi todos los países europeos,…
- Comerciantes. Los del entorno inmediato (Floristería, Heladería, Farmacia,…) que vieron incrementar las ventas de sus negocios.
- Funcionarios públicos. (Hacienda estatal y autonómica, Censo municipal,…) que atravesaron con menos prisa las nuevas arquitecturas.
- Policía Nacional.
- Bancarios.
- Profesores.
- Niños.
- Alumnos.
- Aficionados a la fotografía.
- Policía Local.
- Prensa (Gaceta universitaria, Diario el Mundo,…)
- Reporteros gráficos.
- Televisión (Onda Giralda)
- Alumnos de arquitectura de Sevilla y Siracusa (Italia). Escuela de Arquitectura de Siracusa. Participantes del WorkShop Teatro-spacio.
- Delatores y espías, que sospecharon un posible atentado.
- Indignados del 15 M. Que plantearon llegarse a la Encarnación alguno de los arte-factos tras el desmontaje.
- Romeros de la Hermandad de Sevilla, que pasaron camino del Rocío con sus bueyes, carretas, caballos, petardos, tamboril,…)
- Policía Secreta.
- Ancianos y Jubilados.
- Resto de paseantes de la zona peatonal.

Inventario de vehículos y máquinas (en esta zona es peatonal) que sortearon los montajes durante esas cinco horas.

- 2 tranvías cada 7 minutos.
- 2 coches de policía local
- 10 coches particulares y de diversas empresas…
- 1 furgoneta de policía local.
- 5 Furgonetas de transporte de suministros.
- 265 Bicicletas.
- 8 motos de policía local y nacional.
- 49 Motos y Motocicletas.
- Más de 200 Máquinas de fotos y de videos. (Excluidas las de los alumnos y profesores)
- 5 Micrófonos.
- 1 cámara de video TV local.

Entre las acciones inventariamos:

- Desplazamientos.
- Acciones.
- Conversaciones.
- Asentamientos
- Estancias.
- Miradas.
- Entrevistas.
- Interrogantes.
- Respuestas.
- Conclusiones.

En la noticia del evento aparecida del periódico *El Mundo digital* de 9 de Junio, Ignacio Díaz Pérez, se preguntaba en su artículo ¿Cómo funcionan los espacios públicos? y contestaba: "Uno de los objetivos del montaje era comprobar si los espacios públicos funcionaban como espacios abiertos para todos. Y, en este sentido, la Puerta de Jerez y el entorno de la Casa de la Moneda han funcionado a la perfección"[6].

Se produjo un foro urbano de intercambio en lo que resultó una experiencia colectiva entre el ciudadano, la arquitectura como objeto y como descubrimiento. Se documentaron los comportamientos y se registraron las valoraciones y las acciones de respuesta y también las indiferencias.

Con esas premisas y el reto de construir lo proyectado, el objetivo era *superar* el objeto en sí, para descubrir su capacidad de acción sobre los sujetos o la capacidad de provocar situaciones. Objeto convertido en laboratorio urbano auto-ajustable según el resultado de la experiencia.

Cada instalación ha sido proyectada y ejecutada por un grupo de alumnos coordinados por otros de los últimos cursos: Miriam Reyes, Fernando Molina, Ángeles López, Laura Fernández y Juan Miguel Bienvenido, que han actuado como tutores de cada una de las acciones.

3.2.1. Cementerio de neumáticos

Cientos de personas recorren cada día Puerta Jerez sin descubrir la existencia de la Casa de la Moneda como también la calle Maese Rodrigo apenas tienen vida urbana.

La intervención comienza con el reclamo de un "Cementerio de neumáticos"[7], que se extiende por *La Puerta de Jerez*. Los neumáticos evocan lo que ocurría allí hace algunos años. El tráfico de vehículos condicionaba -en ese mismo lugar- el tránsito de las personas que circulaban por la zona. Tras la peatonalización del lugar, el proyecto hace referencia al pasado rememorado como intervención artística.

Los neumáticos forman una trama regular de tres metros de separación. Junto a cada uno, las letras y los números de antiguas matrículas escritas con tiza en el suelo, hacían las veces de lápidas funerarias. Setenta neumáticos alineados, dispuestos en orden geométrico, establecen itinerarios y estancias, el caucho negro es un material sugerente de tacto elástico. Las ruedas con su elemental simplicidad de montaje, permitieron plantear, durante la acción, diversos escenarios rotatorios de juego. Comprobamos las reacciones de la gente, obligadas a modificar su itinerario… "Algunos se han sentado en los neumáticos, los niños jugaron con ellos…". Alguien llamó a la Policía, que acudió temiendo que el objetivo de acumulando neumáticos en las cercanías de una entidad bancaria era prenderle fuego.

3.2.2. Proyecto Scatola Rossa

El transeúnte avisado tras recorrer el "Cementerio de neumáticos", encontrará el proyecto "Scatola Rossa"[8], lema que los autores han querido dar a su proyecto "Caja Roja", como señal de amistad con los estudiantes italianos. Levantada justo en la confluencia de la avenida de la Constitución con la calle Maese Rodrigo la *Scatola Rossa* trata de conducir la vista y los pasos de los viandantes hacia la Casa de la Moneda. Las cajas rojas de bebidas refrescantes construyen muros, obstáculo colorista, para conducir los flujos hacia el arco - pérgola, que enmarca el objetivo y crea un espacio atractivo que atravesar. Los paseantes alteran el recorrido, invitados a desviar su trasiego y adentrarse en la Casa de la Moneda, hacía el resto de los montajes allí instalados.

Faltó incorporar, a la función de inducir tránsitos, la sorpresa de descubrir los objetos de la escena doméstica[9] en la calle como

[6] http://www.elmundo.es/elmundo/2011/06/09/andalucia_sevilla/1307629531.html).

[7] Acción realizada por: Sergio De Los Santos Carrión, María Del Valle Garrido, Enrique Girón González, María González Pinilla, Julia Guerrero Rubio, Anabel Juan Muñoz, Juan López Rubio, Pedro Montero Cotan, Leyre Peral Díaz. El video de la acción se puede ver en: http://www.youtube.com/watch?v=P3ps5gA8RuI&feature=player_embedded#at=14

[8] http://www.youtube.com/watch?v=OIdO_e0mJKA&feature=player_embedded Acción realizada por: Manuel Jesús Alba Sánchez, Daniel Barragán Rubiales, Laura Cimiano Prados, Nikola Ciganovic, Jorge García Hiniesta, Álvaro Madero Carrasco, Ángel Pedro Montero Burgos, Andrea Rubio Muñoz, Gabriel Velasco Blanco.

[9] Elementos como un mantel de cuadros, macetas, juguetes, prensa, revistas, un cuadro, toallitas, jabones y velas… para construir una escena doméstica intimista

escena urbana inesperada. Es lo que ocurre cuando se traslada lo doméstico a la calle. Acumular objetos-acciones cotidianos (muy cotidianos) deslocalizados, depositados como huellas de anónimos habitantes de la pérgola - corredor (ropa doblada, objetos de aseo personal como esponja, gel de baño, pastilla de jabón, libros que puedan ser leídos,….) para sugerir la estancia o haber posibilitado una fiesta, que es otra manera de disolver los límites entre lo público y lo privado y construir un lugar que ya no se comporta con las mismas leyes[10].

3.2.3. El bosque fantasma

A través de los muros de la Scátola Rossa se llega al pequeño "Bosque Fantasma"[11] un conjunto de hitos verticales que acotan un espacio y se lo apropian, un bosque luminoso de plástico reciclado. La dimensión, posición y orientación de los árboles, son factores reguladores de la experiencia del visitante. Un bosque de otra naturaleza como envolvente de las personas, como generador de recorridos y de distintas experiencias, según la persona y el momento de la luz.

Un bosque entendible y vivible en movimiento. Ocho árboles transparentes, brillantes, con formas y tamaños diferentes. Las botellas de plástico, ordenadas de manera intuitiva para formar el tronco y las ramas están unidas usando cola caliente y ranuras de ensamble. La intensa levedad del espacio del bosque transparente establece un discurso sensible e intimista, al margen de efectismos. Todo impulsa a recordar lo ocurrido e imaginar fantásticas utopías.

La pretensión inicial de extender el proyecto con más árboles hubiera enriquecido aún más el paseo bajo las luces y los reflejos dándole una materialidad fluida y relajante y la posibilidad de permanecer entre los brillos, bajo los árboles, mientras se oye el cercano Filtro VHS o los sonidos del agua que corrían por la acequia del Jardín del Agua en la Calle Habana (instalaciones que siguen a este proyecto).

3.2.4. Proyecto Filtro VHS

Atravesando un mundo mágico de árboles transparentes, el dispositivo "Filtro VHS"[12] planteó modos de cruzar, atravesar, mirar, experimentar… Redefinimos el acceso a ese espacio olvidado de la Casa de la Moneda. Con las viejas cintas magnéticas de los vídeos VHS construimos una espesa cortina reciclando materiales conseguidos a través de las redes sociales. El filtro como "cortina" limita y desvela el recinto roto de la Calle Habana. El "telón" invita a los paseantes a desvelar el espacio del recinto de la Moneda, incita a atravesarlo por el itinerario insinuado. Mientras la vibración de las cintas magnéticas producía por el viento frescos "murmullos de choperas". La textura de las cintas y su brillo producen un juego de densidades y volúmenes cambiantes. Las cintas se agruparon en "columnas" formadas con soporte y lastre de cartón. Se construyó un dispositivo soporte usando un viejo tinglado metálico y guías de cable tensado. Esto hizo posible disponer recintos cambiantes con las "columnas" que generan recorridos irreversibles, convertidos en laberinto. Quien atraviesa el filtro por un sendero de cintas al volver en el sentido contrario descubre que ya es otro.

El deseo era generar con las cintas algún espacio en el interior del filtro, donde fuera posible quedarse para mirar y sentir los rumores del viento, por lo limitado del tinglado y el tiempo de la acción, se quedó en idea. El proyecto admite, como entidad autónoma servir de filtro en otras localizaciones. Simpatizantes del movimiento 15-M, que se desplazaron desde la acampada de la Plaza de la Encarnación, les pidieron poder utilizarla como sede efímera de su reivindicación.

3.2.5. Jardín del agua

En la calle Habana la instalación "Jardín del agua"[13] intenta devolver al patio de la Casa de la Moneda el sentido de jardín árabe que tuvo en su origen, el antiguo jardín árabe del palacio de Abu Hafs estaba aquí en el año 1172. La acción recrea la imagen del fluir del agua con los reflejos reciclados de botellas de plástico blancas y azules, pretendía incorporar una percepción multisensorial: con el sonido grabado del agua que mana de una fuente, reflejos de luz, olor de humedad, todo aquello que signifique recuperar de algún modo la Arquitectura del placer. Un cubo de cascadas de brillos y reflejos de las botellas de plástico de agua mineral, cortinas húmedas que recuerdan a un manantial. Una corriente

en el exterior urbano.

[10] Reflexiones desarrolladas en Fernández-Valderrama, L. (2008), p. 52-57.

[11] Realizada por: Antonio Figueroa García, Paloma García Pemán, Marina López Sánchez, Laura López-Bravo Mollet, Marta Lozano Herrero, Elisa Monge Moreno, Eduardo Naranjo Vasco, Mayte Ortiz Salamanca, Ana Pacheco García, José María Viloca Pérez, Rafael Fernández Garrido. http://www.youtube.com/watc?v=_i1DtmTw48E&feature=player_embedded#at=31

[12] Acción realizada por: Javier Álvarez Bermejo, Andrés Arévalo Chiriboga, Lola Caruncho Llaguno, Cristian Castillo Navarro, Adolfo Monserrat Gómez, Juan Manuel Ortiz Cabeza, Cristina Rodríguez Monge, Ismael Rodríguez López. http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=f4z8TqONPsU

[13] Realizado por: José María Calzado Álvarez De Lara, María Del Pilar Chaves Murcia, María José García Cabrera, José Miguel Hernández Segura, Guillermo Martínez López, Pablo Muñoz-Torrero Ortiz, Javier Alfonso Pérez Fernández, Raquel Ramos Guisado, Jorge Viejo Escriu. http://www.youtube.com/watch?v=aRQyCJ3-Bmw&feature=player_embedded

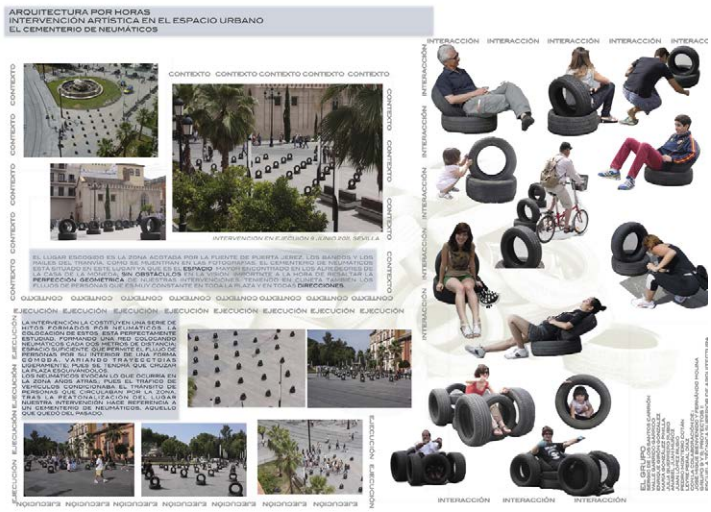


Fig. 3 – Cementerio de Neumáticos. Panel resumen elaborado por los alumnos. Fuente: R. Casado

Fig. 4 – Proyecto Scatola Rossa. Panel resumen. Fuente: R. Casado

Fig. 5 – Proyecto del Bosque Fantasma. Panel resumen. Fuente: R. Casado

Fig. 6 – Algunas interacciones en el espacio inducido en la calle. Fuente: L. Fernández-Valderrama

Fig. 7 – Filtro VHS. Detalle. Fuente: C. Márquez

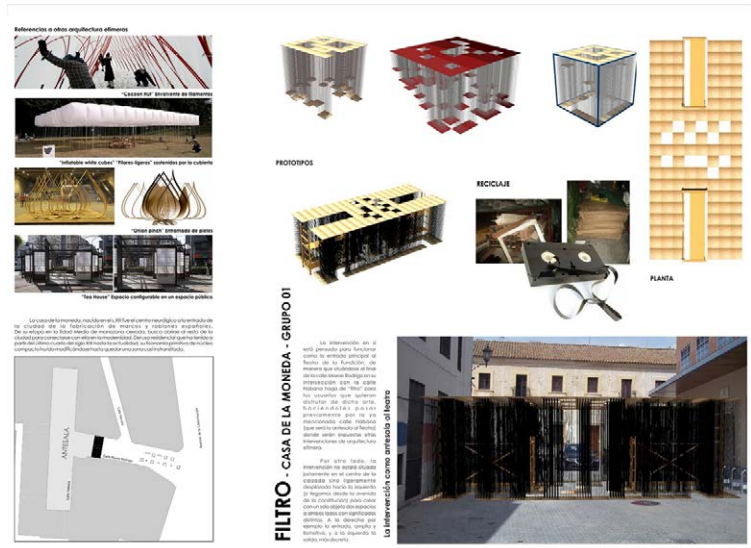


Fig. 8 – Proyecto Filtro VHS, Planos y panel resumen. Fuente: Fuente: R. Casado

Fig. 9 – Jardín del agua. Sombras, reflejos y paseo. Fuente: R. Casado

de agua fresca que no moja. Se propone una intervención que recoge las características de este jardín, el agua, los reflejos, y los sonidos envolviendo al transeúnte en una experiencia repleta de sensaciones.

Situada en el recinto ensanche de la Calle Habana, la cascada está pensada para funcionar para marcar la entrada principal del cercano *Teatro de la Fundición*, de forma que actúe como "filtro" e indicador escénico para los paseantes que quieran disfrutar en la antesala del teatro. "Aunque muchos no pasaban por debajo intimidados por la mirada de tanta gente", explica uno de los alumnos responsables de este proyecto"[14]. Lo reducido de la actuación, que ha permitido sólo el paso y el fluir del paseante bajo la lámina azul y la cascada, ha impedido establecer un lugar envolvente de estancia en el interior de un fondo líquido.

3.3. Reflexión sobre la acción. Una revisión posterior a la intervención

Desmontadas las acciones la calle quedó vacía y abandonada. Ya en el aula tuvimos la oportunidad de pensar críticamente lo sucedido en una sesión de debates. Los profesores Iribas (2012) y Rubio (2012) hablaron del componente social de las acciones en el espacio público. También intervino el profesor Vittorio Fiore en su visión de la ciudad como "Espacio Teatro" y los alumnos de la Universidad de Catania presentaron las intervenciones, que desplegaron días antes, por las calles de Siracusa. Debatimos sobre la producción natural de las acciones urbanas y cómo reflejar los atractores y las relaciones en gráficos y diagramas.

Pensamos que los proyectos que tenían como protagonista el agua, los reflejos, el sonido y el sol (el *Bosque fantasma* y el *Jardín árabe*), deberían incorporaran la "multisensioralidad" de la que como constructora del espacio público que deseamos. Añadir sonidos, olores, texturas, … todo aquello que signifique recuperar de algún modo la Arquitectura del placer de la que hablaba Lefebre, en lugar de la arquitectura *ocularcentrista* a la que se ha visto abocada la última producción de la arquitectura de la ciudad.

En los proyectos *Scátola Rossa* o *Filtro VHS*, planteamos incorporar provocativas insinuaciones de lo doméstico en el espacio público. Habría que pensar qué hubiera sucedido si las cajas hubieran alojado elementos caseros como por ejemplo un mantel de cuadros, patatas fritas y aceitunas (seguro que se habrían construido escenas hogareñas, inimaginables en un concurrido contexto urbano. El proyecto habría superado esa situación encontrada de servir sólo de tránsito. Igualmente si se hubieran incorporado toallas para el lento aseo, jabones o velas… objetos que demandaran una velocidad distinta a lo habitual de estos espacios colectivos. O si, con mayor extensión, el Bosque fantasma o las cintas VHS hubieran generado un espacio interior. Estos proyectos esconden la oportunidad de generar escenarios urbanos inesperados. La levedad y flexibilidad del *Cementerio de neumáticos* permitió ensayar otros escenarios rotatorios de juego y constatar su repercusión en el espacio colectivo; ése sigue siendo su potencial.

Los alumnos pudieron contar y exponer en la calle sus proyectos para construir ciudad. La acción contrarreloj ha propiciado no sólo una experiencia singular como intercambio inter-universitario, sino cierta visibilidad del trabajo experimental-académico en la calle y en la prensa, generando repercusión en la opinión pública y estrechando la necesaria vinculación universidad-sociedad. Como se ha dicho la acción fue publicada en el periódico digital de *El Mundo* el 9 de Junio de 2011. Como experiencia final del curso, realizaron un taller de intervención en el espacio público a través de una *performance dinámica*, en la que, como Trisha

[14] Extraído del texto de Ignacio Díaz Pérez. http://www.elmundo.es/elmundo/2011/06/09/andalucia_sevilla/1307629531.html)

Brown (2005) en sus primeros trabajos, trabajaron únicamente con el cuerpo como herramienta de la interacción en la calle. No pudo haber una manera más coherente para cerrar la experiencia. Nuestra sincera gratitud a todos ellos.

4. Bibliografía

Brown, T. (2005). *Early Works 1966-1979*. Formato: DVD.

Calvino, I. (2013). *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela. Primera edición (1972) *Le città invisibili*, Roma: Einaudi.

Díaz Pérez, I. (2011, 9 de junio). "¿Cómo funcionan los espacios públicos?" en *El Mundo digital*. Consultado el 23 de marzo de 2014 en http://www.elmundo.es/elmundo/2011/06/09/andalucia_sevilla/1307629531.html.

Fernández-Valderrama, L., Rubio Díaz, A., Reinoso Bellido, R. (2008). "Espacio doméstico, público y Fiesta en Andalucía" en *Revista Neutra 16*, pp. 52-57. Sevilla: Colegio Oficial de Arquitectos de Sevilla.

Grupo in-gentes. *Investigación en generación de territorios*. Consultado en http://ingentes.es/?p=1038).

Iribas, J. M. (2012). "Espacio Público, espacio cívico" en Fiore, V. (comp.), *Reduce-Recycle-Reuse. Arti performative per il recupero dello spazio urbano,* pp. 99-103. Siracussa: Lettera Ventidue Ed.

Rubio Díaz, A. (2012). "Diez hipótesis sobre el espacio público" en Fiore, V. (comp.), *Reduce-Recycle-Reuse. Arti performative per il recupero dello spazio urbano,* pp. 91-97. Siracussa: Lettera Ventidue Ed.

Shakespeare, W. (2000). *Como gustéis (As You Like It*). Nueva York: Penguin Books.

ÍNDICE ▷

ESPACIO PÚBLICO Y CIUDADANÍA. PROPUESTAS DE RECUPERACIÓN DESDE EL PENSAMIENTO URBANO POSTFUNCIONALISTA

Mª Asunción Díaz Zamorano
Universidad de Huelva

1. Introducción

El espacio público es uno de los temas que presiden el debate urbano de los últimos tiempos, sin duda alguna por su especial significación en la definición del concepto de urbanidad –sometido a su vez a un proceso de intensa transformación– y las enormes posibilidades que ofrece en la actual coyuntura de crisis que afecta a la ciudad. Autores procedentes de diversos ámbitos disciplinares han reflexionado sobre el papel central que desempeña el espacio público en la construcción de la ciudad y la ciudadanía, en un momento en el que urge repensar el modelo urbano vigente, partiendo de la reactivación del espacio público como única garantía de éxito frente a los grandes desafíos de la ciudad del siglo XXI.

Mucho se ha teorizado en efecto sobre el espacio público como lugar de comunicación por excelencia de todos los actores urbanos, esencia de la urbanidad y marco propiciatorio del concepto de ciudadanía tal y como hoy lo entendemos (Bauman, 2009; Ramírez, 2007). Más allá de su función como lugares de tránsito, las calles, plazas y parques de nuestras ciudades son ante todo lugares para estar, escenarios donde tiene lugar el encuentro y confrontación de todos sus moradores. Enormes contenedores de la vida social en toda su riqueza y diversidad, funcionan como lugares de relación, intercambio, conocimiento y reconocimiento de sus miembros. Y son por ello lugares de celebración, manifestación, esparcimiento y experiencia identitaria, concebidos para garantizar la convivencia pacífica, la libertad y la seguridad de las comunidades urbanas (Borja y Muxí, 2000; Segovia, 2007). Funciones todas ellas de una gran relevancia en el proceso permanente de construcción ciudadana, hoy en franca decadencia y muy desvirtuadas en el casi aniquilado espacio público de la metrópolis actual.

Esta crisis del espacio público en la ciudad occidental representa sólo una parte de los problemas que hoy afronta el paradigma urbano vigente, en buena medida originados en el funcionalismo de los CIAM, tanto en lo que se refiere a sus iniciales planteamientos teóricos como a sus posteriores derivaciones y aplicaciones prácticas. El espacio público entendido en su plena esencia no tiene cabida ni sentido en nuestras actuales ciudades dispersas y desmembradas, uniformes y segregadas –social y funcionalmente– y sometidas en su diseño al imperio de lo individual y lo privado frente a lo colectivo y a una creciente y mal entendida obsesión por la seguridad (Borja, 2003; Sorkin, 2004).

2. La primera crítica del funcionalismo

A partir de los años sesenta del pasado siglo, diversos autores han venido reflexionando, desde múltiples ópticas, sobre la imparable tendencia a la inhabitabilidad e insostenibilidad de nuestras ciudades. Y su postura crítica frente a las realizaciones del urbanismo moderno se hace hoy más pertinente que nunca, ante el agravamiento de muchos de los fenómenos entonces meramente intuidos o incipientes (Choay, 1970: 75-94)[1].

[1] En su ya clásico libro sobre pensamiento urbano, Françoise Choay nos habló de una crítica radical del urbanismo progresista, englobada en el concepto de Antrópolis, con autores como Patrick Geddes, Lewis Mumford, Jane Jacobs

Constatada en efecto la generalización de esta deriva urbana que tuvo su origen en las ciudades norteamericanas en la última década de los noventa, hoy parece obligada una reivindicación del espacio público como lugar de encuentro y cohesión social, en el marco de un deseable nuevo modelo de ciudad, ciudad compleja y diversa, y abierta a la participación activa y la inclusión de todos sus habitantes. De gran ayuda será en este sentido recuperar y revisar las aportaciones teóricas de algunos de los pensadores que atisbaron esta problemática cincuenta años atrás y elaboraron propuestas visionarias con respuesta desigual –malogradas en unos casos y olvidadas en otros–, pero que hoy mantienen su plena vigencia. El presente trabajo propone un recorrido, focalizado en la figura de Jane Jacobs, por las principales contribuciones alumbradas en defensa del espacio público desde el pensamiento urbano postfuncionalista, con la pretensión de arrojar algo de luz sobre la difícil situación que atraviesan las ciudades del presente.

Mediado el pasado siglo y evidenciado el fracaso del paradigma urbano propugnado por el funcionalismo, voces viejas y nuevas empiezan a cuestionar su hasta entonces incontestada vigencia. En unos casos enmiendas a la totalidad y en otros meras alegaciones parciales, muchas de ellas aportan interesantes reflexiones en torno al concepto y el papel del espacio público en el marco ciudadano, que pueden ser hoy analizadas en clave de respuesta a los dilemas del presente. En este sentido cabe destacar la crítica implacable de Lewis Mumford (1895-1990) en obras como *La ciudad en la Historia* (1961) o *El mito de la máquina* (1967), en las que, desde un pleno conocimiento de la economía y la tecnología contemporáneas, rechaza de modo frontal el modelo de urbanización industrial por su ausencia de límites y su efecto mutilador y alienador del individuo, volviendo su mirada hacia la ciudad tradicional, cuyos valores considera más adecuados para el desarrollo de las aptitudes individuales y colectivas. Su enfoque antropológico e interdisciplinar de la cultura urbana, su visión de la ciudad como escenario de la acción social y sus reflexiones ecológicas en el ámbito urbano son otras de sus aportaciones más relevantes (Choay, 1970: 78-83; Montaner, 1999: 66-67; Chaves, 2013)[2].

Del mismo modo habría que mencionar las sugerentes consideraciones de Kevin Lynch (1918-1983) en su libro *La imagen de la ciudad* (1960)[3], sobre los mecanismos de percepción e interiorización del espacio urbano y el modo en que los ciudadanos entablan relación con esa imagen (sus mapas mentales), a través de cinco elementos configuradores: sendas, bordes, barrios, nodos e hitos. Una novedosa concepción de la ciudad conformada y vivida por sus habitantes en oposición a los modelos ideales de la planificación urbanística, que sin duda anticipa la ciudad observada y sentida de Jane Jacobs –quien lo cita y sigue en sus escritos–, objeto de análisis monográfico en las páginas que siguen (Choay, 1970: 91-94; Chaves, 2013; Laurence, 2006)[4].

Años más tarde, otros trabajos vendrán a abrir nuevas líneas de argumentación en torno al dilema urbano de nuestro tiempo con importantes repercusiones posteriores, como el urbanismo de participación que inaugura Paul Davidoff (1930-1984)[5] –con Unwin como antecedente– y consolida la crítica feminista a partir de Dolores Hayden en los años ochenta[6]; o el discurso del derecho a la ciudad –a la vida urbana en toda su riqueza y complejidad– y el concepto de espacio urbano como producción/construcción

o Kevin Lynch entre otros que, frente a los modelos abstractos y aislados de la realidad, abrieron el camino hacia un urbanismo menos teórico y más humano, reintegrando el problema urbano a su contexto global.

[2] Divulgador de las ideas de Patrick Geddes, su maestro y E. Howard sobre la planificación regional y la ciudad jardín, la influencia de este historiador y ensayista en el urbanismo del último siglo ha sido de una gran relevancia. Con una rica y dilatada producción, ejerció una comprometida labor como historiador de la ciudad y crítico de la arquitectura moderna, a través de sus numerosos libros y su columna del *The New Yorker* entre 1930 y 1950. Fue uno de los fundadores de la Regional Planning Association y trabajó en ámbito de la gestión tanto a nivel municipal como regional.

[3] Más tarde sistematizado y ampliado en *La buena forma de la ciudad* (1985).

[4] Vinculado a Frank Lloyd Wright y su escuela de Taliesin en sus años de formación, más tarde fue becado por la Fundación Rockefeller, que entre los años 1950 y 1965 desarrolló una importante labor en la promoción del pensamiento urbano, para acabar trabajando como docente en el Instituto Tecnológico de Massachusetts. Sus escritos surgen de la aplicación de los principios de la psicología de la Gestalt y son pioneros en el enfoque perceptivo de la ciudad, con una pervivencia que llega a la actualidad.

[5] Abogado y urbanista profesional, y fundador en 1969 del *Suburbian Action Institute,* defiende un urbanismo que debe tener en cuenta las necesidades de los más desfavorecidos (el *advocacy planning*) y contar con los intereses y propuestas de todos los grupos sociales que integran la ciudad ("Advocacy and Pluralism in Planning", publicado en 1965 en el *Journal of the American Institute of Planning*). Esta propuesta de un urbanismo de abajo a arriba inaugura la vía del urbanismo participativo y de comunicación que veremos más tarde en otros autores, como Christopher Alexander (*Urbanismo y participación. El caso de la Universidad de Oregón,* 1975), Jürgen Habermas y su *Teoría de la acción comunicativa* o John Forester y su *Planning in the face of conflict* (ambos de 1987), y que hoy define el enfoque metodológico de muchos de los estudios urbanos actuales.

[6] Catedrática de Arquitectura de la Universidad de Yale, historiadora, ensayista y poeta, encabeza la corriente que aplica el pensamiento feminista a los estudios de arquitectura y urbanismo, con un revelador artículo de 1980 titulado "What would a non-sexist city be like? Speculations on housing, urban design and human work". En otros trabajos denuncia la falta de adecuación de la ciudad a las necesidades actuales de las familias, especialmente de las mujeres y reclama un urbanismo que las tenga en cuenta de modo prioritario (*Redesigning the American Dream:The Future of Housing, Work and Family Life,* 1984). Clara Greed, Dafne Spain o Leslie Weisman son otras autoras que trabajan en la misma línea.

social del sociólogo francés Henri Lefevbre (1901-1991)[7]. Pero sin duda alguna será en los textos de Jane Jacobs donde encontremos la más completa y actual visión del problema y sus soluciones. De hecho, buena parte de las ideas aportadas por los autores mencionados –la ciudad tradicional, los planteamientos ecológicos, la observación de la realidad, la complejidad de la vida urbana, su dimensión social…– ya están presentes en ella. Su elogio de la calle es uno de los aportes más felices del pensamiento urbano reciente y por ello en adelante nos ocupará en exclusiva su atractivo y vívido discurso.

3. Jane Jacobs y la ciudad animada

Uno de los alegatos más tempranos y lúcidos en favor del espacio público lo pronuncia en efecto la norteamericana Jane Jacobs (Scranton, 1916-Toronto, 2006) en los inicios de los años sesenta. Su primer libro, *Death and Life of Great American Cities*, publicado en 1961[8] bajo los auspicios de la Fundación Rockefeller, es uno de los primeros textos en denunciar las políticas urbanísticas del momento –aplicación de modelos ideales y destrucción del espacio público– y reivindicar los valores de la ciudad tradicional (Laurence, 2006)[9]. Las frases con las que se inicia son toda una declaración de principios: "Este libro es un ataque contra el actual urbanismo y la reconstrucción urbana…". Y ofrece como contrapartida"… un intento de presentación de unos nuevos principios" (Jacobs, 2011: 29). Una sublevación teórica contra las nociones y fines del "moderno y ortodoxo urbanismo", que tuvo también su correlato en un activismo comprometido frente a las prácticas de renovación urbana de mediados de siglo en Norteamérica, destacando especialmente su batalla contra la política de aniquilación de barrios históricos (*urban renewal*) y apertura de grandes autopistas en la ciudad de Nueva York, que acarreó la caída en 1968 de su máximo responsable Robert Moses (López de Lucio, 2006: 108; Ingersoll, 2006; Moreno y Sánchez, 2006)[10].

A pesar de no contar con una preparación académica especializada en los ámbitos de la arquitectura y el urbanismo y ser prácticamente una intrusa en la profesión[11], su libro ejerció una gran influencia en varias generaciones de profesionales del urbanismo, aunque los males que denunció no sólo no han sido erradicados sino que se han agravado en nuestros días (Page y Mennel: 2011). Y en él encontramos, con un estilo sencillo y próximo, que parte de la observación y la experiencia personal y propone recetas desde el sentido común –ridiculizadas por el mismo Lewis Mumford en una conocida polémica[12]– uno de los más acertados diagnósticos de la enfermedad que aquejaba entonces –y aún ahora– a las grandes ciudades, con propuestas de sanación que medio siglo después siguen siendo válidas[13] (Montaner, 1999: 67-68).

Con su defensa y práctica de la mirada de la realidad que nos rodea, Jane Jacobs fue capaz de identificar las auténticas causas de la "muerte" de las ciudades y proponer las medidas para su devolución a la "vida". En las páginas de este texto llegó a vislumbrar los defectos de un modelo de gestión urbana que hoy se ha comprobado insostenible desde todos los puntos de vista, basado en la expansión desaforada, la dispersión y fragmentación territorial, la segregación funcional y social de los tejidos urbanos y la aniquilación de su natural complejidad. Y frente a este modelo de ciudad dispersa sometida al imperio del vehículo privado y las grandes vías de comunicación, propone un modelo de vida urbana que recupera los valores de la ciudad tradicional

[7] Uno de los más destacados sociólogos marxistas franceses, fue uno de los más tempranos críticos del funcionalismo de los CIAM y se opuso a la separación de funciones urbanas por su poder destructivo de la complejidad de la ciudad (*El derecho a la ciudad,* 1968; *La revolución urbana,* 1970). Su concepción de la ciudad –su estructura y su forma– como expresión de su componente social, con sus tensiones y contradicciones, es una de sus ideas más novedosas, felizmente seguidas por otros autores como Manuel Castells en *La cuestión urbana* (1972). David Harvey y Saskia Sassen desarrollarán por su parte su teoría del derecho a la ciudad.

[8] Traducido y publicado por primera vez en nuestro país en 1967, bajo el título *Muerte y vida de las grandes ciudades,* el libro vería una segunda edición pronto agotada en 1973. En 2011 vuelve felizmente a aparecer en nuestras librerías, con una edición presentada por Zaida Muxí, Blanca G. Valdivia y Manuel Delgado que es la que utilizamos en el presente texto.

[9] Muy fructífera fue, en efecto, la labor de la Fundación Rockefeller en la promoción de trabajos de investigación sobre diseño urbano entre 1950 y 1965, en el contexto de la gran crisis constructiva que siguió en EE.UU. a la gran guerra. Destacados autores como Jane Jacobs, Kevin Lynch o Christopher Alexander participaron en algunos de sus proyectos.

[10] Incansable activista político-social, destacó en la organización de movimientos sociales que combatieron estas prácticas, llegando a alcanzar destacados logros primero en EE.UU., como la paralización de la *Lower Manhattan Expressway* en 1962 y más tarde en Canadá, a donde se trasladó en 1968 y donde lideró la *Stop Spadina Campaign,* en contra de la construcción de una gran autopista en la ciudad de Toronto.

[11] Interesada por los problemas de la ciudad desde muy temprano y casada desde 1944 con el arquitecto Robert Hyde Jacobs, su amistad con Peter Blake le llevaría a trabajar para la revista *Architectural Forum* –primero como colaboradora y después como jefa de redacción–, iniciando a partir de 1952 una interesante labor de crítica urbana, caracterizada por la novedad de sus métodos de análisis y su enfoque interdisciplinar.

[12] En un artículo titulado "Las recetas de mamá Jacobs para el cáncer urbano".

[13] Sin la trascendencia y brillantez de su primer libro, otros textos suyos continúan en la misma línea de crítica combativa y comprometida: *La economía de las ciudades* (1964), *Las ciudades y la riqueza de las naciones* (1984), *Systems of survival. A dialogue on the moral foundation of commerce and politics* (1993), *The Nature of Economies* (2000) y *Dark Age Ahead* (2004).

y garantiza las aspiraciones de libertad, seguridad y realización plena de sus habitantes, convertidos en ciudadanos. Un modelo que rechaza el orden y la planificación impuestos desde arriba por la autoridad, dando voz y responsabilidad a toda la comunidad urbana. El fomento de las relaciones sociales en toda su riqueza y complejidad, generadoras de la conciencia de grupo y el compromiso ciudadano, se plantea como un imperativo para la recuperación de la vida de las ciudades, que debe llevarse a cabo en el marco espacial adecuado. Surge así su reivindicación del espacio público –la calle, las aceras, los parques, los barrios– como lugar de encuentro, reconocimiento, intercambio y solidaridad entre vecinos y escenario destinado a los usos más variados. Se trata en definitiva de un modelo de ciudad solamente factible desde la implantación de fórmulas de intervención basadas en la experiencia y participación de los ciudadanos, abordados en toda su diversidad y complejidad, fórmulas que hagan posible la ciudad de todos y para todos[14].

Tras dibujarnos en la introducción del libro un panorama desolador de la situación de las ciudades –saqueadas, descuartizadas… llega a decir–, para cuyo análisis se basa fundamentalmente en Nueva York, pero también en otras ciudades estadounidenses, como Filadelfia, Boston, Washington, Saint Louis o San Francisco, arremete contra quienes considera responsables de los desatinos cometidos en los últimos tiempos: urbanistas, promotores, banqueros y gobernantes. Pero sin duda los destinatarios de sus "poco amables" palabras son los entonces considerados padres fundacionales de la "teoría ortodoxa de la urbanización", contra los que carga sin ningún tipo de clemencia. Desde el espíritu antiurbano, utopismo ingenuo y dirigismo desde arriba que encuentra en la Ciudad Jardín de Ebenezer Howard, el sometimiento del espacio público al servicio del privado en las propuestas de Lewis Mumford y el grupo de los Descentristas, el "urbanismo anti-ciudades" de Le Corbusier o el monumentalismo deshumanizado de la Ciudad Radiante de Daniel Burnham, no deja títere con cabeza.

Y a continuación va elaborando su propuesta de nuevos principios y prácticas para la revitalización de las ciudades, con la premisa de dilucidar previamente "cómo funcionan las ciudades en la vida real", propósito que aborda "observando atentamente (…) las escenas más cotidianas, los acontecimientos más corrientes, e intentando ver qué significan y si entre ellos afloran las hebras de un principio". Aprender a mirar y sumergirnos en el mundo que nos rodea supone por tanto para Jacobs el punto de partida en el camino de la recuperación urbana. Esta observación atenta de la realidad le permite reflexionar sobre "la peculiar naturaleza de las ciudades" en una primera parte del libro, para después centrarse en un segundo bloque en el análisis de las condiciones que hacen posible en la ciudad su necesaria diversidad. La reflexión sobre lo que la autora llama fuerzas de decadencia y fuerzas de regeneración urbanas la ocupan en una tercera parte, para terminar en un último bloque con sugerencias de cambios en distintos ámbitos de la gestión urbana, que cierra una concluyente reflexión sobre el problema que plantean las ciudades: "el problema de manejar una complejidad organizada" (Jacobs, 2011: 29-52).

Nos interesa principalmente en esta ocasión el contenido de las dos primeras partes del libro, puesto que es en ellas donde Jacobs va exponiendo su alegato en defensa del espacio público, llegando a anticipar conceptos que hoy se encuentran en el centro del debate sobre este ámbito de la ciudad y desempeñan un papel fundamental en los actuales procesos de regeneración urbana (Bauman, 2009). Su análisis de la naturaleza de las ciudades es una exaltación de la calle y sus aceras como principales lugares públicos donde tiene lugar la vida urbana. Y una tarea fundamental de estos "órganos más vitales" de la ciudad es mantener su seguridad, sin duda uno de los más acuciantes problemas urbanos de nuestra época (Mazza, 2009). Problema frente al que la autora propone una de sus fórmulas más acertadas y con mayor vigencia en las ciudades de nuestros días. Frente al ineficaz mantenimiento de la ley y el orden por parte de la policía, Jacobs nos habla de una defensa normal y no reglada, "… una densa y casi inconsciente red de controles y reflejos voluntarios y reforzada por la propia gente" (Jacobs, 2011: 58). Y asimismo nos advierte sobre tres cualidades que deben reunir las calles para ser lugares seguros, tanto para los usuarios propios como para los desconocidos: debe existir una neta separación entre el espacio público y el privado; debe encontrarse en ellas una orientación hacia la propia calle de los edificios, garantizando así que pueda haber siempre ojos mirando en ella, la de sus propietarios naturales y finalmente debe contarse con la presencia constante de usuarios, para añadir así más ojos a los que normalmente

[14] Dentro de la crítica humanista del urbanismo progresista, F. Choay la incluye, junto a L. Duhl y D. Riesman, en la corriente que estudia el fenómeno urbano desde el punto de vista de sus repercusiones en el comportamiento humano, en torno al concepto central de higiene mental. Y entre sus principales aportaciones destaca su ataque a los conceptos fundamentales del urbanismo progresista (standarización, zoning, multiplicación de los espacios verdes, supresión de la calle), por sus efectos de indiferenciación y homogeneidad del espacio construido y sus negativas repercusiones en el modelamiento y formación mental de los grupos y los individuos. Un modelo frente al que propone el principio de heterogeneidad arquitectónica, funcional y demográfica del medio urbano –"una especie de casbah modernizada" llega a decir–, así como el de participación activa de los ciudadanos en la construcción de su ciudad.

miran a la calle. Era su famosa receta de los "ojos en la calle", que hoy oportunamente ilumina las actuales reflexiones sobre diseño urbano y seguridad ciudadana.

El buen funcionamiento de la ciudad se ampara por tanto en el establecimiento de un "orden maravilloso" que garantiza la seguridad y libertad de sus moradores, un orden complejo que se compone de movimiento y de cambio, que Jacobs compara con la intrincada, rica y armoniosa coreografía de una danza permanente, llamada por ella el "ballet de las aceras". Orden, complejidad y armonía que engendra la vida de aceras en toda ciudad y que sólo podrán hacerse realidad con el concurso de otras dos de las felices propuestas de la autora: la articulación de un amplio y variado tejido comercial –suficientes tiendas y otros establecimientos públicos con la suficiente oferta tipológica y horaria–, que haga posible un uso diverso y constante de las aceras; y la búsqueda del equilibrio entre el respeto a la intimidad de los ciudadanos y el establecimiento de una red de contactos y solidaridad entre ellos, canalizadas y consolidadas por los llamados "personajes públicos autodesignados", normalmente propietarios de establecimientos públicos, con posibilidad de mantener un contacto frecuente con un amplio y variado círculo de personas (Jacobs, 2011: 55-101). Es por tanto en los vecinos y las relaciones sociales entabladas entre ellos, guiadas por los más elementales principios del civismo y la urbanidad, todo ello entretejido en el marco espacial adecuado, donde reside la clave del buen funcionamiento de la ciudad. Ciudad lograda y no fracasada en los planteamientos de Jacobs, gracias al estado de salud de su componente social.

Aunque en un segundo plano respecto a la primacía de la calle y sus aceras, el uso de los parques vecinales también ocupa a Jacobs en estas reflexiones sobre el espacio público. Y en sus fórmulas desdeña de nuevo la monotonía, ensalzando por contra los valores de la variedad y la complejidad de los sectores urbanos. "En las ciudades, la animación y la variedad atraen más animación y variedad; la monotonía y la sordidez repelen la vida", llega a decir (Jacobs, 2011: 129). Considera además que la ocupación permanente de los parques es el secreto de su éxito, una ocupación que a su vez deriva del carácter de sus alrededores: si existe en ellos diversidad de usos y funciones, quedará garantizada la diversidad de usuarios y la amplitud de sus horarios. Y apuesta finalmente por un diseño orientado a la potenciación de la vida en estos ámbitos, definido básicamente por una disposición intrincada –diferencia de alturas, composiciones vegetales y escenarios que remiten al concepto de lo pintoresco–, capaz de generar múltiples usos y emociones; su centralidad, es decir la presencia de un claro elemento central o clímax; y un trazado de los elementos internos y de los alrededores –fundamentalmente edificios– que favorezcan un adecuado soleamiento y un ambiente recoleto.

De gran interés resultan finalmente en esta primera parte del libro las aportaciones de la autora sobre los mecanismos para un adecuado funcionamiento y gestión de la ciudad, en relación con su diseño urbano. Nos habla de un modelo de gobierno basado en la existencia de tres tipos de vecindades u órganos de autogestión escalonados, con funciones distintas pero complementarias: la ciudad en su conjunto, las vecindades de calle o barrios y las de los grandes distritos. Son fundamentales en el primer nivel de la escala, como ya se comentó, el tejido de las redes de vigilancia y vida públicas, bases de toda confianza y control sociales. La mayor amplitud de los distritos permite canalizar los recursos de la ciudad allí donde se necesitan y convertir las necesidades de los barrios en políticas y objetivos de la comunidad. Son los intermediarios entre las células básicas del sistema –calles y barrios– y el conjunto de la ciudad, nivel máximo donde residen los recursos económicos y se toman prácticamente todas las decisiones políticas y administrativas. Hoy que tanto preocupan las cuestiones de gobernanza, gestión urbana y participación ciudadana, el libro de Jacobs se convierte también en este apartado en un referente ineludible, como punto de partida, en los dilemas que nos ocupan.

Con el objetivo de asegurar la movilidad y fluidez de funciones urbanas a través de este engranaje de vecindades, la "urbanización física eficaz" de la ciudad debe cumplir para Jacobs una serie de requisitos: debe promover calles interesantes y animadas, con un trazado en forma de red continua; hacer que los parques, plazas y edificios públicos formen parte de ese tejido viario, de tal forma que acentúen y concentren la diversidad y multiplicidad de usos urbanos; y promover finalmente la organización de áreas que funcionen como distritos. En definitiva, debe evitarse a toda costa la diferenciación funcional y segregación de las distintas partes de la ciudad, potenciándose por el contrario la complejidad de funciones y fluidez de relaciones entre todos sus sectores. El frontal rechazo de las células autosuficientes y el zoning del urbanismo ortodoxo quedan también en este punto completamente puestos de manifiesto (Jacobs, 2011: 143-171).

Este concepto tan importante para Jacobs de la diversidad urbana –y sin duda una de sus principales aportaciones a la ciudad actual– se estudia con detalle en una segunda parte del libro. En concreto se analizan las cuatro condiciones que según la autora generan

esta diversidad urbana, de manera combinada y conjunta. Cuatro condiciones que siguen siendo hoy válidas, como receta frente a algunos de los problemas que afrontan nuestras ciudades, todavía afectadas por la "Gran Carcoma de la Monotonía" denunciada en este visionario texto cincuenta años atrás. La primera condición es de orden económico: la combinación en todas las partes posibles de la ciudad de más de una función primaria, es decir, de actividades económicas, culturales y de ocio de diverso tipo[15], lo que garantiza la presencia de personas que se mueven por las calles en horarios y por motivos distintos, y son capaces de usar ampliamente los equipamientos urbanos. La segunda y la tercera atañen al diseño de la ciudad y en ellas se opta por un trazado del viario generado por manzanas pequeñas y cortas, colmatadas por una "mezcla compacta" de edificios de distintas épocas, preferentemente casas antiguas. Y se aportan las razones que explican estas elecciones: las manzanas pequeñas dan lugar a un mayor número de calles y esquinas que las derivadas de las manzanas largas y multiplican por ello las rutas posibles en los desplazamientos de los usuarios, lo que se traduce en un aumento de la viabilidad y riqueza del comercio. En cuanto a los edificios antiguos, se destacan sus costes menos elevados frente a las construcciones nuevas y su adaptación a un abanico más amplio de actividades.

Como última condición de la diversidad se apuesta por una ocupación densa de nuestras calles, tanto en lo que se refiere a su empleo transitorio como a su función residencial, surgiendo de este modo su receta estrella del paradigma de ciudad compacta frente al entonces ineficaz y ya hoy insostenible modelo de la ciudad dispersa. Como respuesta a las fórmulas de bajas densidades de los teóricos de la Ciudad Jardín –llega a citar a Unwin, Mumford y Bauer en este punto–, Jacobs realiza una defensa de la ciudad de alta densidad, basada en una ocupación residencial intensiva del suelo. Una elevada ocupación que no debe confundirse con el concepto de superpoblación[16] y cuyo límite quedará establecido en cada caso allí donde dicha densidad residencial permita estimular al máximo la diversidad potencial de una ciudad o un sector de la misma (Jacobs, 2011: 175-273). Esta recomendación de un modelo urbano de alta densidad, compacto y diverso se realiza de este modo entonces para ciudades que empezaban a fragmentarse y desmembrarse. Hoy habría que clamar por su inaplazable imposición.

De gran interés resultan finalmente otras reflexiones y recomendaciones vertidas por Jacobs en el resto del libro en relación con el espacio público: el efecto negativo para la deseable diversidad de la ciudad y su contribución a la fragmentación del tejido construido de los espacios vacíos fronterizos, como las vías férreas, los muelles, autopistas, grandes centros cívicos y campus universitarios entre otros; la necesidad de acometer un "sacrificio de los automóviles por las ciudades" –calzadas estrechas y aceras anchas, reducción del espacio destinado al transporte privado y promoción del transporte público…–, frente a su presencia excesiva en nuestras calles y su elevado poder erosivo de la riqueza urbana; o la defensa de un orden visual urbano alejado de la monotonía y guiado por un diseño de formas variadas, con hitos diferenciadores e interrupciones visuales que contribuyan, una vez más, a la conformación diversa y plural de la ciudad.

La obra de Jacobs destaca en definitiva por el carácter visionario de algunos de los principios que introduce tanto en el ámbito del urbanismo, como en el de la sociología o la economía: usos mixtos, ciudadanía, capital social… (Hirt y Zahm, 2012). El texto que hemos analizado no menciona expresamente conceptos recientes como sostenibilidad o ecología urbanas, pero en la medida en que se plantean muchos de los temas centrales de nuestro tiempo (seguridad ciudadana, espacio público, compacidad y complejidad urbanas, urbanismo de participación…) casi podría considerarse un manual sobre sostenibilidad urbana según los parámetros actuales. Fue Jacobs también una de las primeras en poner en cuestión, con gran valentía y contundencia, los sacrosantos principios del urbanismo vigente y llamar la atención sobre la necesidad de volver la mirada hacia los valores de la ciudad histórica como única fórmula para salvar la ciudad del presente. Del mismo modo fue una pionera por su activismo en defensa de los derechos colectivos, en la conciencia del poder de la ciudadanía frente a los abusos de poder inherentes al sistema establecido y el valor de la observación y la experiencia frente a los modelos teóricos ideales de los sistemas de planificación urbanística del momento.

Pero quizás lo más novedoso y trascendente de su aportación fue su defensa de la dimensión social y comunitaria de la ciudad y de ahí la atención que presta al espacio público como perfecto escenario para su plena materialización. El éxito y buen funcionamiento de una ciudad depende para ella de la

[15] Jacobs habla de un "substrato económico de usos básicos combinados", entre los que incluye las oficinas, los talleres y todo tipo de comercios. Pero también las viviendas, así como algunos lugares destinados a esparcimiento, educación y recreo (museos, bibliotecas, exposiciones de arte…). Y también reflexiona sobre cómo debe producirse la distribución de las personas que usan las calles a lo largo del día, para que esta combinación de usos primarios sea eficaz (Jacobs, 2011: 193 y 196).

[16] Referido al exceso de personas que habitan una vivienda según el número de habitaciones, cuando se rebasa la cifra de 1,5 personas por habitación.

buena salud de su componente social. Ese cuerpo dinámico y complejo que vuelca permanentemente sus ojos en la calle y baila la eterna danza de las aceras, actuando como principal motor de la diversidad urbana –funcional, constructiva y social– y como absoluta garantía de seguridad y lograda gestión de la ciudad. Lúcidas y visionarias –y por ello de una gran actualidad y oportunidad– fueron como hemos visto las ideas vertidas por Jacobs en sus escritos. Pero la gran paradoja es que, a pesar de su gran influencia inmediata y posterior, aún hoy seguimos combatiendo los grandes males urbanos diagnosticados por esta auténtica madre del pensamiento urbano reciente.

4. Bibliografía

Altés Bustelo, J. (2011). "Jane Jacobs. Muerte y vida de las grandes ciudades" en *Proyecto, Progreso, Arquitectura 4*, pp. 154-155.

Bauman, Z. (2009). *Modernidad líquida.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada.* Madrid: Alianza.

Borja, J. y Muxí, Z. (2003). *El espacio público, ciudad y ciudadanía.* Barcelona: Electa.

Chaves Martín, M. A. (2013). "Estudios Culturales Urbanos: una aproximación interdisciplinar" en *Arte y Ciudad 3*(I), pp. 215-224.

Choay, F. (1970). *El Urbanismo. Utopías y Realidades.* Barcelona: Lumen.

Fernández Galiano, L. (2006). "La ciudad es un árbol" en *El País* (2006, 27 de mayo).

Hirt, S. y Zahm, D. (2012). *The Urban Wisdom of Jane Jacobs.* New York: Routledge.

Ingersoll, R. (2006). "Muerte y vida de Jane Jacobs. Activista comunitaria y defensora de la ciudad tradicional" en *Arquitectura viva 106*, I-II.

Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades.* Madrid: Capitán Swing Libros.

Laurence, P. L. (2006). "The Death and Life of Urban Design: Jane Jacobs, the Rockefeller Foundation and the New Research in Urbanism, 1955-1965" en *Journal of Urban Design 11*, pp. 145-172

—. (2007). "Jane Jacobs (1916-2006): Before Death and Life" en *Journal of the Society of Architectural Historian 66*, pp. 5-15.

López de Lucio, R. (2006). "Death and life of great american cities: en la muerte de Jane Jacobs" en *Urban 11*, pp. 108-109.

Luque Valdivia, J. (2004). *Constructores de la ciudad contemporánea. Aproximación disciplinar a través de los textos.* Madrid: Cie Dossat 2000.

Mazza, A. (2009). Ciudad y espacio público. Las formas de la inseguridad ciudadana. *Cuadernos de Investigación Urbanística 62*, pp. 3-114.

Montaner, J. M. (1999). *Arquitectura y crítica.* Barcelona: Gustavo Gili.

Moreno López, R. y Sánchez Uzábal, A. (2006). "Jane Jacobs en la red" en *Ciudades para un futuro más sostenible*. Consultado en abril de 2014 en http://habitat.aq.upm.es/boletin/n34/nred.html.

Page, M. y Mennel, T. (2011). *Reconsidering Jane Jacobs.* Chicago: Planners Press.

Ramírez Kuri, P. (2007). "La ciudad, espacio de construcción de ciudadanía" en *Enfoques 7*, pp. 85-107.

Segovia, O. (2007). *Espacios públicos y construcción social. Hacia un ejercicio de ciudadanía.* Ediciones Sur: Santiago de Chile.

Sorkin, M. (2004). *Variaciones sobre un parque temático. La nueva ciudad americana y el fin del espacio público.* Barcelona: Gustavo Gili.

ÍNDICE ▷

INTEGRACIÓN DE ARTE Y TECNOLOGÍA EN LA CIUDAD DEL SIGLO XXI. LA REALIDAD AUMENTADA EN EL PROCESO DE CAMBIO

Guadalupe Durán-Domínguez
Antonio García-Villanueva
Universidad de Extremadura

1. Introducción

La implementación de tecnologías en el ámbito artístico utiliza Internet desde la creación de los primeros Net Art, pero es en el siglo XXI que puede utilizar además de otro tipo de hardware como el smartphone, que propicia la instantaneidad no sólo en el ahora, sino también en el dónde. Si a esto, añadimos su capacidad de geolocalización a través de la brújula y el GPS, sumado a la capacidad de cualquier navegador convencional, tenemos la posibilidad de interaccionar con cualquier aspecto que rodea al individuo, ofreciendo posibilidades muy interesantes al añadir mayor contenido "digital" y/o "virtual" que servirá de antesala a la integración visual del espectador a través de la utilización de otros dispositivos, como son hoy las google glass.

En este sentido, los dispositivos se relacionan con el entorno que nos rodea y permiten la actualización de cualquier contenido según la lectura de ciertos patrones, o, como es nuestro caso, la lectura de estos contenidos por su situación geográfica, identificándolos con sus coordenadas GPS, en el espacio de cualquier ciudad, gracias a la utilización de aplicaciones como Layar (https://www.layar.com/) con numerosos ejemplos artístico visuales en el espacio de cualquier ciudad:

a) "*Hail To Damien Hirst"*, de Serenity[1], creada para la Tate Modern, en donde "Damien Hirst" se mostrará sólo a quienes lo busquen, tal y como su propio autor cita: "*He shall be Revealed only to Those who Seek Him*" (SERENITY, 2012);

b) "*Sunflowers"*, de Tamiko Thiel (2012), para el proyecto "*Transformation*", propiciando cambios en los modos de vida urbanos, con una interacción visual y el slogan "*Imagines a city without cars*!"; o,

c) "*Biggâr: Worlds' biggest sculpture (look up to see part of it)"*, de SNDRV (2010), creada para Stedelijk Museum de Amsterdam, con interacción sobre la pieza final modificada como Net Art desde cualquier parte del mundo.

En este caso, centramos las posibilidades de la aplicación a la ciudad de Cáceres, sede de la Fundación Mercedes Calles y Carlos Ballestero, y gracias a la financiación del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, para la realización de 4 recorridos de carácter artístico con referencias turísticas a esta ciudad.

2. ¿Qué es FMCCB en Layar? Descripción

La Fundación Mercedes Calles y Carlos Ballestero es una institución privada, sin ánimo de lucro, independiente, constituida con el legado testamentario de Doña Mercedes Calles Martín-Pedrilla, para fines de interés general de la ciudad de Cáceres y de sus habitantes, y para abordar con sus programas, entre otras, actividades relacionadas con el fomento de la cultura, la ciencia, la investigación científica, las nuevas tecnologías y el medio

[1] Tamiko Thiel utiliza este seudónimo en esta obra.

Fig. 1 – Mapa accesible en la aplicación. Fuente: Fundación MCCB

ambiente, así como para impulsar el desarrollo socioeconómico de los ciudadanos.

Cáceres, la ciudad donde tiene su sede, fue nombrada por la Unesco Patrimonio de la Humanidad en 1986, y es hoy uno de los conjuntos históricos amurallados mejor conservados, una de las razones por las que gran parte del público que la visita ciñe su estancia a estas fronteras, que desde época medieval, encierra sus murallas.

Es por ello, que el primer objetivo que se plantea es ofrecer una ciudad artística vinculando la ciudad intramuros con otros espacios de interés artístico, cultural y social, vinculado a centros artísticos e históricos, de importante trayectoria cultural, y enfatizar otras peculiaridades de carácter gastronómico, patrimonial y religioso.

En la actualidad, los contenidos digitales generados para potenciar la realidad física resultan protagonistas en esta ocasión. Del mismo modo, encontramos las aplicaciones para los teléfonos inteligentes y las tablets, aunque destacaremos los primeros por su mayor versatilidad. La utilización de estos teléfonos por parte de la mayor parte de los usuarios de la cultura, incrementa las posibilidades al reproducir y visualizar audios e imágenes, a partir de la selección de los usuarios que intervienen. Utilizando la realidad virtual geolocalizada, que permiten una mayor atracción del público general, y en mayor medida enfocado hacia los más jóvenes, que permite un conocimiento en primera persona, rompe con las barreras de diversa tipología y anima a una participación más activa (Zapatero, 2012: 343-348).

En cuanto a la metodología, cabe destacar dos grandes bloques: el tecnológico y el artístico, sin olvidar en cada uno de ellos los intereses y objetivos de la propuesta. En cuanto al tecnológico, deberemos atender a los aspectos tanto técnicos como tecnológicos del proyecto, teniendo en cuenta las variables actuales que son accesibles en esta materia. En cuanto al artístico, debemos destacar los contenidos generados en cada una de las líneas principales descritas, a partir de las cuales se generan materiales diferentes, sobre todo, de carácter visual y auditivo.

2.1. Experiencia artística

En cuanto a la experiencia virtual, de carácter artístico, que se ha generado para el usuario, podemos destacar tres tipologías de elementos: los elementos tridimensionales virtuales, las imágenes y las auditivas o multimedias.

Las primeras están relacionadas con las diferentes tipologías de recorrido que se relacionan, destacando su virtualidad en la situación tridimensional a que hace referencia, destacando la figura de los acervos culturales que los relacionan con el recorrido correspondiente. Este es el caso, por ejemplo, de la colección de vidrios y opalinas de la Real Fábrica de Cristales de La Granja de San Ildefonso, que aquí relacionamos con la cultura gastronómica de la zona, a través del recorrido gastronómico, o las diferentes iglesias, relacionadas a través de la colección de Arte Sacro pertenecientes a la Fundación Mercedes Calles y Carlos Ballestero.

En cuanto a los objetos tridimensionales virtualizados, se han creado a partir los acervos culturales, con la utilización de

Fig. 2 – Objeto tridimensional para realidad aumentada. Fuente: Real Fábrica de Cristales de La Granja de San Ildefonso

Fig. 3 – Iglesia. Fuente: G. Durán-Domínguez y A. García-Villanueva

Fig. 4 – Configuración y opciones de visualización. Fuente: Fundación MCCB

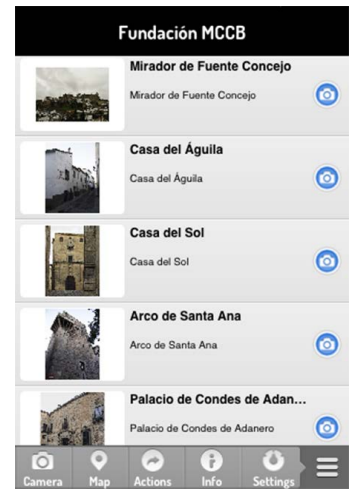


Fig. 5 – Lista de visualización. Fuente: Fundación MCCB

programas como Adobe Photoshop Extend CS6, con un fuerte potencial de creación de objetos 3d. No se han utilizado técnicas fotogramétricas dado que no era necesario obtener fiabilidad en los datos métricos adquiridos y con la exclusividad de su virtualización (figura 2).

En cuanto a las imágenes fotográficas, éstas se han tomado con una cámara Canon EOS 7d, a máxima resolución en calidad RAW, y con diferentes objetivos según el caso. Se han revelado y adaptado al uso mediante el software Adobe Photoshop Lightroom 4 (figura 3).

En cuanto a la grabación y adaptación auditiva y multimedia, se ha utilizado Audacity, junto con música con licencia creative commons perteneciente a Kevin Macleod.

2.2. Experiencia tecnológica

La elección de Layar sobre otro tipo de aplicaciones vino determinada por un estudio de viabilidad, que contempló no sólo circunstancias técnicas sino culturales y sociales. La selección de otros sistemas como html5, no ligada a una aplicación ni plataforma para cualquier smartphone habría beneficiado la versatilidad de lecturas, al no estar ligada a una app concreta que debe descargarse para visualizar la información; sin embargo, no estaba lo suficientemente adaptado al modelo AR, por lo que se observaron otras posiblidades como la que selección en este caso: Layar. Es una app gratuita desarrollada por Layar A.G. para todos los sistemas operativos que viene trabajando desde 2009 en realidad aumentada. En la actualidad ofrece dos modelos de realidad aumentada: Layar Vision y GeoLayer.

Layar Vision es el producto principal de esta compañía, basado en realidad aumentada sobre impresiones, tarjetas, o contenido interactivo, basada en una API propietaria en la que su uso esta sujeta a una licencia de pago.

Layar GeoLayer es, sin embargo, el producto más extendido de esta compañía. Está basada en realidad aumentada por el posicionamiento del sujeto, a través de una API gratuita. Para poder usarla como desarrollador, basta con registrarse y crear un tema. Para publicar información en él, abierta a la visualización externa, dicha información debe ser revisada por la compañía.

Esta solución, más atractiva desde el punto de vista de su versatilidad, dispone de una API en desarrollo y de facilidad en el uso, en donde el usuario común sólo debe instalarla en su dispositivo, a través de cualquiera de las plataformas actuales (Android, iOS, BlackBerry…), abrirla, situarse en Geolayers buscando "Fundación Mercedes Calles-Carlos Ballesteros". Al seleccionar el/los recorridos que desea realizar, el radio de búsqueda y los elementos deseados, mostrará automáticamente los resultados en la ventana del dispositivo, variando su configuración en cualquier momento y la experiencia.

Para su desarrollo, partimos de los recorridos orientados a diversas temáticas, a que se ha hecho referencia con anterioridad,

y el detalle de cada uno de ellos; se definen los puntos de interés de cada espacio, con el desglose de de la información geográfica correspondiente, las coordenadas GPS de cada punto, con su longitud y latitud, así como la elevación a la que se encuentra cada espacio, con la variable de las medidas tomadas mejoramos la exactitud y fiabilidad de cada posición.

Una vez tomada esta medida, junto con las imágenes seleccionadas previamente, asignando las coordenadas GPS a los metadatos EXIF, se añaden el resto de la información: descripción de cada elemento, su contenido elaborado para destacar al máximo la información de cada elemento, etc.

3. Conclusiones e implementación

En la visualización, esto se verá en la pantalla del dispositivo, con una vista de la información próxima al sujeto y sus preferencias. Cuando un punto de interés concreto se visualiza, podremos disponer de la descripción establecida, los contenidos narrados, junto al icono de referencia, según el caso, y otro tipo de visualizaciones. Además, nos ofrece un mapa con los elementos más próximos y cómo dirigirnos hasta ellos.

El proceso que relaciona la aplicación con el usuario se resuelve, según las preferencias establecidas por el mismo, consultando la posición del sujeto (coordenadas y orientación) con el servidor externo (independiente a Layar), de carácter web y una base de datos con la información adicional a la realidad aumentada (geográfica, descriptiva, ilustraciones, audios, etc.) donde se relacionan la información, la app de Layar, contactando con el servidor, y se visualizan las diferentes opciones de interacción con el usuario, como hemos dicho, según su posición. Los cálculos del radio de situación del usuario y su interacción con los puntos de proximidad constituyen un recorrido viable para el usuario. Si su superara el rango previsto, el servidor omitirá toda la información que no cumpla el requisito.

Este es uno de los condicionantes de la API, que se encarga de fijar los parámetros (como son las opciones para filtrar los recorridos, así como evitar la duplicidad de puntos de interés entre los recorridos, con un especial énfasis en añadir toda la información en el servidor correspondiente, manteniendo un diseño simple y coherente.

La dificultad técnica mayor de todo el proceso está relacionada con la relación entre los diferentes usuarios y la información requerida, más concretamente con la precisión de los sensores implicados, con la entrega de la información completa al usuario, así como los elementos gráficos, en cuyo ámbito, siempre vendrá determinado por la distancia de separación entre los puntos de interés y el terminal de recepción de la información. De este modo, disponiendo de varios dispositivos GPS, se observó que en algunos dispositivos se retardaba la recepción de la señal, otros la perdían con mayor frecuencia, y en la utilización de la brújula, su calibración previa permitía una mejora en la utilización de este tipo de realidad aumentada.

Además, para la recepción de la señal GPS, la arquitectura y materiales de los edificios impedían la correcta recepción de la señal, por lo que se debilitaba o sufría refracción, o señales rebotadas por el efecto de propagación multitrayectoria de éstos, llevando a la pérdida o incluso a la recepción errónea.

Para solucionar este tipo de errores ha planteado la utilización de medidas que proporcionan los sensores en movimiento, para controlar la dirección, la velocidad del individuo, aumentando la precisión. Es un mecanismo de doble validación de los datos proporcionados por el GPS e implementado sobre la app de Layar.

A través de este tipo de acciones se abren nuevos caminos entorno al ámbito artístico y cultural relacionado, en este caso también, con aspectos patrimoniales, que enfatizan los entornos culturales dotándolos de mayor riqueza, al permitir mayor interacción entre los diferentes elementos del entorno urbano: centros culturales, paseos, museos, palacios, etc.

4. Bibliografía

Serenity (2012). *Hail To Damien Hirst*. Consultado el 7 de febrero de 2013 en http://m.layar.com/open/allhaildamienhirst

Sndrv (2010). *Biggâr: Worlds' biggest sculpture (look up to see part of it)*. Consultada el 10 de febrero de 2013 en http://m.layar.com/open/biggar

Thiel, T. (2012). *Sunflowers*. Consultado el 10 de febrero de 2013 en http://m.layar.com/open/blumen

Zapatero Guillén, D. (2012). "La realidad virtual y su utilización en la educación artística para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje" en Nuere, S. y Moreno, M. C. (2012). *Arte, juego y creatividad* (pp. 341-348). Madrid: Ed. Eneida.

ÍNDICE ▷

LA CALLE ES MÍA, ES TUYA, ES DE TODOS

Dolores Fernández Martínez
Universidad Complutense de Madrid

Planteamiento teórico*

Recientemente se ha conmemorado lo ocurrido en Vitoria en 1976, unos acontecimientos que han pasado a la historia como los peores actos represivos acaecidos durante la transición española de la dictadura a la democracia. Aquel día, el 3 de marzo, tuvo lugar en la ciudad de Vitoria una huelga general. Los trabajadores se habían reunido en la Iglesia de San Francisco y la respuesta policial fue muy violenta. El resultado de la sangrienta jornada fueron cinco manifestantes muertos y más de 150 heridos de bala. Aquella matanza supuso el momento más álgido de una realidad en la que los manifestantes continuaban muriendo en las calles, unas calles que el ministro de la Gobernación, Manuel Fraga, consideraba "suyas"[1].

Aquellos hechos, y otros similares, parecían pasados, y desde luego olvidados para el arte contemporáneo pues, con la transición, se hizo "borrón y cuenta nueva", hasta que el artista Fernando Sánchez Castillo construyó el luminoso *La calle es mía* en 2004, una instalación que fue expuesta en Pontevedra recordando la célebre frase de Manuel Fraga y con ella el artista estudiaba la relación entre arte y poder, entre espacio público y memoria colectiva, aparte de contrarrestar la amnesia colectiva con respecto al pasado más reciente, reclamando un espacio público que es propiedad de los ciudadanos, no de los políticos autoritarios.

Hace muchos años de aquellos hechos que ya creíamos olvidados y, por supuesto, superados, con una democracia "plena". Sin embargo, los acontecimientos de los últimos años están poniendo en evidencia la falsa plenitud de la democracia, lo que se refleja en la pugna por la toma de las calles.

El 15-M puso de manifiesto algunas de las paradojas en las que vivimos y algunos de los carteles se referían a esa pérdida de soberanía popular: "Lo llaman democracia y no lo es"; "Democracia real, Ya"; "No estamos en contra del sistema, queremos cambiarlo"; "Mis sueños no caben en tus urnas"; "No somos antisistema; el sistema es anti-nosotros; "No tenemos casa, nos quedamos en la plaza" o "La calle es nuestra", que es la frase que da título a esta reflexión y que, si nos fijamos, no falta nunca, escrita en carteles, pancartas, simples cartones, en cualquier manifestación o concentración. Y es que se va extendiendo el sentimiento de que el futuro de la ciudad está ligado al futuro de la democracia. La crisis del espacio público se manifiesta en su ausencia o abandono, en su degradación o privatización y en su tendencia a la exclusión. Si no tenemos un espacio público potente, integrador, la ciudad se disuelve, la democracia se pervierte, el proceso histórico que hace avanzar las libertades individuales y

* Esta aportación se inscribe dentro del proyecto "Tras la República: redes y caminos de ida y vuelta en el arte español desde 1931 a 1981" (PN de I+D+i, HAR2011-25864)

[1] https://www.youtube.com/watch?v=0TviiOFro2c [consulta 3/3/2014] El cantautor Lluis Llach compuso una canción sobre estos hechos con el título *Campanades a morts* que interpretada por l'Orquestra Simfònica de Gasteiz i l'Orfeó Donostiarra en 2009, cuando se conmemoraban los 30 años de los hechos, se puede ver en https://www.youtube.com/watch?v=Dz5cVlXcgYc#t=22 [consulta 3/3/2014] A partir de ahora las páginas de internet de los artistas que se han consultado –donde se pueden ver todas las imágenes que se mencionan– se reseñarán entre paréntesis con el apellido de cada uno.

colectivas se interrumpe o retrocede (Borja, 2012: 205). Por eso se intuye que, reconquistando el espacio público para la ciudadanía, se conseguirá reforzar la democracia perdida.

La crisis económica en la que estamos inmersos y las políticas de ajustes y recortes de las políticas sociales en países como Italia, Grecia o España, fundamentalmente, han dado como resultado la proliferación de manifestaciones de protesta en las calles y, como contrapartida, los gobiernos[2] se sienten tentados de recortar la libertad de expresión mediante la represión ejercida por las fuerzas de seguridad o por leyes restrictivas que impidan esas protestas que, suponen, pueden desbordarse hasta el punto de volverse tan incontrolables como en los países afectados por la "primavera árabe".

Precisamente una de las imágenes que vienen a justificar esta reflexión viene dada por una protesta que al tiempo fue una acción artística realizada por Erdem Gunduz, bailarín, *performer* y coreógrafo nacido en Turquía que vive en Estambul y que se plantó, inmóvil, con las manos en los bolsillos y en silencio en plena plaza Taksim el 18 de junio de 2013 durante seis horas seguidas. Su presencia fue detectada por la gente que estaba a su alrededor e imitó su actitud, de modo que el ejemplo cundió entre las personas congregadas en la plaza y entre las redes sociales, convirtiéndose el *hashtag #duranadam* ("hombre de pie") en *trending topic* a nivel mundial. Finalmente fue detenido por la policía.

Sin embargo el artista que ha incorporado a su trabajo el cambio que se ha producido en la actitud de la gente al tomar las plazas, tanto en los países árabes (Túnez, Egipto, Yemen, Libia, Baharain, Jordania, Oman y Siria), con la llamada "primavera árabe" como en Europa, en Londres, Atenas o Madrid (el 15M) es el artista visual libanés Rabih Mroué, a quien se le dedicó una exposición en el Centro de Arte Dos de Mayo en 2013 titulada *Image(s), mon amour*.[3] En aquella ocasión se exponían piezas muy significativas sobre lo que ahora reflexionamos. En marzo de 2011, el artista cambió el título de la exposición que estaba celebrando en el INIVA de Londres y que se titulaba *I, the Undersigned* por *I, the Undersigned The People are demanding*, indicando que el "yo" se retiraba y daba paso al "nosotros" en un mundo en el que el pueblo estaba adquiriendo un nuevo protagonismo.

Pero la toma de la plaza, de las calles, puede tener consecuencias nefastas, y eso es lo que recoge Rabih Mroué en *The Pixelated Revolution* (2012), o *La revolución pixelada*, una instalación en varias partes sobre la documentación que el artista había recogido sobre los asesinatos en las calles durante la revolución siria. Las víctimas de los francotiradores habían grabado su propia muerte con los móviles. El proyecto partió de una frase que Mroué le oyó decir a un amigo sobre que los disidentes sirios estaban grabando su propia muerte. Eso le intrigó y comenzó a buscar las imágenes de esas grabaciones por internet ya que el artista no trabaja con imágenes propias, hay demasiadas inundándonos todos los días, de modo que deconstruye las que capta, busca o encuentra, con el fin de reflexionar sobre ellas. Así, la conclusión a la que llegó Mroué es que esos disidentes sirios no están grabando su muerte, como decía su amigo, están grabando "en contra" de la muerte ya que se está grabando la imagen del asesino, tal vez con intención de que su crimen no quede impune, que se conozca, para que los matones rindan cuentas ante la justicia y ante los familiares y seres queridos. Pero las imágenes son demasiado borrosas, están "pixeladas". El artista presenta estos vídeos como libros de fotogramas cuyas hojas han de pasarse rápidamente, y el sonido está aparte. Pero el material impresiona porque es producto del sacrificio de muchas personas que ponen en juego su vida todos los días. Mroué, en cierto modo, está diferenciando la vida del arte.

En un hemisferio diferente, alejado miles de kilómetros, nos encontramos con la reciente protesta del artista ruso Piotr Pavlenskim, en la que, completamente desnudo, se clavó los testículos al asfalto en la Plaza Roja de Moscú, por lo que, al ser detenido, tuvo que ser hospitalizado. La acción fue titulada por el artista *Fijación*, y coincidió con la celebración en Rusia del Día de la Policía, el 10 de noviembre de 2013 (EFE, 2013).

Las acciones de Pavlenskim recuerdan al colectivo de arte urbano y radical *Voina*, el germen de las *Pussy Riot*. Precisamente en apoyo de estas activistas -cuando tres de ellas fueron detenidas a raíz de un acto de protesta contra Putin en la Catedral de Cristo Salvador de Moscú en 2012- Pavlenskim se cosió la boca.

La detención de las *Pussy Riot* también provocó la protesta de otro colectivo similar, *Femen*, radicales feministas que surgieron

[2] En la definición de Estado formulada por Max Weber está incluido el "monopolio de la violencia", esencial en la filosofía del derecho y la filosofía política del siglo XX. El concepto define a una sola entidad, el Estado, en ejercicio de la autoridad sobre la violencia en un determinado territorio, de la misma forma que el territorio también se consideró por Weber como una característica del Estado. Dicho monopolio, no obstante, debe producirse a través de un proceso de legitimación.

[3] Con motivo de la exposición en el Centro Dos de Mayo, TV española filmó una amplia entrevista que se citará a continuación indicando los minutos de la grabación:http://www.rtve.es/alacarta/videos/metropolis/metropolis-rabyh-mroue/2134287/ [consultado el 16/03/2014]

en Ukrania en 2008. Ambos grupos con una estética diferenciada y muy potente, las *Pussy Riot* con colores llamativos y *Femen* con coronas de flores y el torso desnudo que utilizan como pancarta. La influencia estética de los grupos musicales está muy presente en las primeras, mientras que las segundas remontan su imaginario al de las amazonas y las sirenas de la mitología rusa.

No se nos puede escapar la influencia del accionismo vienés en estas actitudes autodestructivas de Piotr Pavlenskim, aunque la protesta política individual de dañarse a sí mismo más extrema es la que –sin ser una acción artística– producen los suicidas que se queman "a lo bonzo" rociándose con algún tipo de líquido inflamable y posteriormente prendiéndose fuego. En los últimos años se ha extendido esta forma de suicidio en el Tibet, el mundo árabe o incluso en Europa, rememorando los años sesenta del siglo XX cuando también se sucedieron actos de esa naturaleza como protesta contra la Guerra de Vietnam o la invasión de Checoslovaquia por los tanques rusos. De entonces viene el origen de la expresión, cuando se produjo toda una ola de suicidios de monjes budistas que protestaban contra el régimen de Vietnam del Sur.

Recientemente, en 2010, fue muy notable el caso de Mohamed Bouazizi, vendedor ambulante que se quemó como protesta por la asfixia a la que estaba sometido por el sistema. Este suicidio es considerado el detonante del inicio de la "revolución de los jazmines", que provocó la huida de Túnez de su presidente Zine El Abidine Ben Alí. Y un mes después, se siguieron ejemplos en Egipto, Maruritania, Argelia… acciones que se enmarcan en las masivas protestas populares de la "primavera árabe".

La protesta artística callejera tiene sus riesgos, no olvidamos las acciones del colectivo serbio *Led Art* durante el régimen de Milosevich. El grupo se formó en 1993 como reacción ante la absurda situación sociopolítica de Serbia vinculado a los movimientos de protesta estudiantiles. La metáfora del hielo se empleaba como referencia a la fría atmósfera predominante en el país y por eso llevaban a cabo exposiciones en camiones refrigeradores, a una temperatura inferior a veinte grados bajo cero. En la misma línea estaba el grupo *El Magnet* con manifestaciones callejeras directamente políticas, como ejemplo la acción *Village-Serbia*, en la que situaron una fotografía del Presidente de la República sobre un falo y lo pasearon por la calle principal de Belgrado pidiendo a los transeúntes que apoyaran la fuerza reproductora de Serbia. O la acción titulada *Requiem for Serbia*, en la que pretendían regalar al presidente un cerdo muerto (Szombathy, 2004: 432-433).

En otra ocasión, el grupo *Led Art* protagonizó una acción callejera con amplia participación muy en la línea de lo que estamos defendiendo, la llamada *Rekonstrukcija zlocina* (*La reconstrucción de los crímenes*) (LED ART) para la que contaron con los estudiantes que se manifestaron el 18 de febrero de 1997 después de una jornada de brutal represión de la policía. La acción consistió en el dibujo sobre la calle y el asfalto de la silueta de decenas de cuerpos tendidos[4] (Milanovski, 2014).

Naturalmente los miembros de estos grupos eran detenidos cada dos por tres y las protestas duraban días enteros en las calles hasta que el 5 de octubre de 2000 en Belgrado la multitud se reunió en una manifestación masiva que significó el final del presidente Slobodan Milosevic. La policía utilizó gases lacrimógenos para evitar que los partidarios de la oposición entraran en el Parlamento, pero no lo consiguieron y Milosevich fue destituido ese mismo día. Poco después, como sabemos, sería acusado de crímenes de guerra contra la humanidad y genocidio.

Esta acción colectiva, sencilla, de dibujar las siluetas en la calle se ha repetido en otras ocasiones, la más reciente, *The Fallen* (*Los caídos*), dirigida por los artistas Jamie Wardley y Andy Moss y realizada con, alrededor de, 500 voluntarios, en la Playa de Normandía, en la que se dibujaron 9.000 siluetas que conmemoraban el desembarco en aquel mismo lugar el 6 de junio de 1944.

A veces no es preciso dibujar las siluetas, basta con una flor, como hizo la Organización No Gubernamental Rio de la Paz en la playa de Copacabana al plantar mil trescientas rosas en la arena como protesta por las muertes violentas de la ciudad, *Jardín da Morte* (EFE, 2007), mil trescientas muertes en cuatro meses[5].

Los actos de *performance* en la calle son especialmente arriesgados en regímenes totalitarios pero, a pesar de todo, los artistas los han desarrollado. En otros contextos de violencia, como la dictadura argentina o chilena, los artistas de *performance*

[4] Después de finalizar este texto recibí la noticia de que un grupo de artistas había organizado algo similar en Frankfurt (25/3/2014) para conmemorar la memoria de 528 víctimas del campo de exterminio nazi "Katzbach":http://www.aksam.com.tr/dunya/nazilerin-katzbach-katliami-frankfurtta-anildi/galerihaber-294904/4 [consulta 30/3/2014].

[5] No trataríamos aquí las acciones de duelo colectivo como las que se produjeron con motivo de los atentados del 11-M en Atocha, El Pozo, Santa Eugenia o Alcalá, ni las conmemoraciones a base de miles de velas que se producen cada cierto tiempo en Alemania o Polonia con motivo del Holocausto o en China por la masacre de Nankín de 1937, porque el afán no es tanto reivindicativo como expresión de un dolor general, aunque, en cierto modo, tengan algo que ver con estas dos últimas intervenciones.

también realizaban acciones, aunque no pusieran –exprofeso– en riesgo su vida. Por poner un ejemplo, el de las realizadas por Elías Adasme con el título *A Chile*, realizadas durante el año que va de diciembre de 1979 a diciembre de 1980. Tal como el artista refleja en su página Web:

> *A Chile* fue un proyecto de arte que se produjo en el contexto histórico de la dictadura militar. Se trataba de auscultar el grado de represión y enfrentarla en un ejercicio de guerrilla creativa asumiendo el propio cuerpo como soporte junto al mapa del país como significante del cuerpo social (Adasme).

De aquel proyecto quedan cuatro fotografías tomadas en sitios diferentes en donde se llevó a cabo la acción. Desde la intervención corporal de un espacio privado e íntimo (el dormitorio del artista) hasta el colgamiento en un poste de una estación del metro. Con esa acción se reflejaba la tortura ejercida sobre los cuerpos desnudos, indefensos. El mapa de Chile simbolizando el cuerpo social, también torturado.

Pero actuar sobre la calle, el mundo globalizado en el que vivimos, es también actuar sobre las fronteras, la desigualdad, la xenofobia, las diferencias entre el norte y el sur. Es lo que hace el *performer* brasileño Paulo Nazareth. Un hombre con aspecto entre profeta y chamán que fue capaz de recorrer, en 2011, una decena de países desde su Brasil natal hasta Estados Unidos para plasmar en videos y fotografía el camino hacia el prometedor Norte, hecho suyo por tantos en busca de una vida mejor. El proyecto se llamaba *Sala de espera*, iba descalzo y se negó a lavarse los pies en todo el trayecto, hasta que simbólicamente lo hizo en el río Hudson, en Nueva York.

> Crecí en una favela en los ochenta, escuchando las historias de gente que emigraba, sobre todo a EE. UU. Aquel era un lugar con su propia cultura, donde la filosofía y la conciencia política se basan en saber el precio de la vida (Gregera, 2014).

Con aquel viaje quería demostrar que el polvo que arrastraba era el mismo en todos los lugares, separados por antinaturales fronteras al mismo tiempo que disfrutaba de los encuentros, del viaje, del acontecer inesperado, de todo lo que sucede y que no está previsto. Todo lo que puede suceder en la calle, en contacto, en comunión con los demás.

Pero Paulo Nazareth lo que hace es seguir la estela de otro *performer* pionero en los mismos temas, ya que llegó a Estados Unidos como marinero y se quedó ilegalmente en el país, situación que se alargó durante diecisiete años hasta que en 1988 fue amnistiado. Se trata de Tehching Hsieh, un artista taiwanés que del 21 de septiembre de 1981 al 26 de septiembre de 1982, un año entero, se lo pasó a la intemperie, viviendo como no viven ni siquiera los *homeless*, pues por la ética de la acción no podía pasar bajo techo en ningún momento, y fue un año de un frio durísimo en que el río Hudson se heló. Había llegado a Nueva York en 1974 y el problema de ser un ilegal sin papeles está presente en todas estas acciones, como la que realizó previamente y que suponía lo contrario, es decir, el estar durante un año –de septiembre de 1978 a septiembre de 1979– encerrado en una jaula que se construyó el mismo dentro de su *loft,* sin salir ni hablar con nadie, ni siquiera podía leer libros.

Hasta aquí vemos que las acciones artísticas se confunden en ocasiones con acciones políticas y que –como en el caso de Erdem Gunduz– su ejemplo cunde entre los espectadores. Pero hay más ejemplos en los que la forma de entender la calle por los artistas es similar a la toma de la calle que están llevando a cabo otros muchos colectivos.

Sin extendernos, tendríamos que recordar la diferencia entre algunas acciones artísticas como son la *performance* y el *happening,* aunque en ocasiones las fronteras, los límites, entre estas acciones se pierden. Una *performance* es una muestra escénica, muchas veces con un importante factor de improvisación. Puede ocurrir en cualquier lugar, iniciarse en cualquier momento y puede tener cualquier duración; una "acción artística" es cualquier situación que involucre cuatro elementos básicos: tiempo, espacio, el cuerpo del artista y una relación entre éste y el público. La historia del *performance art* está ligada a las primeras vanguardias, pero el término *performance* comenzó a ser utilizado especialmente para definir ciertas manifestaciones artísticas a finales de los años sesenta, con artistas como Carolee Schneemann, Marina Abramovic y Gilbert & George entre otros. El término "arte de acción", por otro lado, es un neologismo que engloba diferentes tipos de producciones estéticas. Puede referirse a la actividad del artista o a la de los espectadores-participantes, de forma que engloba la performance, el happening, propuestas participativas diversas e, incluso acciones comunitarias varias (Alonso, 1990).

La *performance* es una situación teatral, puesto que hay un artista, al que podemos considerar "un actor" y tenemos un público, pero no se le pide participación, se establece una distancia de reflexión con el hecho que se está produciendo. En la *performance* todo está controlado. Con el *happening*, sin embargo, se busca producir una obra en la que se provoque, expresamente, la participación espontánea de los espectadores dentro de un marco –o situación– dada. Quizás la mayor diferencia entre performance

y happening sea precisamente esa, la participación del público (Ferrando, 2007) porque, por lo demás, las dos formas de arte tienen su origen en las artes plásticas, de hecho en muchas de estas acciones se utilizan técnicas y materiales artísticos como pigmentos, pinturas, barro, etc. Son celebérrimas las realizadas por Jim Dine, especialmente la llamada *El obrero sonriente*, un trabajo formulado a partir de las herramientas y prácticas del pintor. Dine afirmaba que sus *performances* eran una extensión de la vida cotidiana, se vestía con un gran blusón y se arrojaba pintura por la cabeza.

El *happening* es, igualmente, un medio de expresión plástica (Baena, 2013) que introduce al testigo –al espectador– en el acontecimiento pero su naturaleza no es exclusivamente "pictórica", es también cinematográfica, poética, teatral, alucinatoria, social, dramática, musical, política, erótica… Está unánimemente reconocido que el primer *happening* catalogado como tal fue *18 happenings en seis partes*, que Allan Kaprow llevó a cabo en 1959 (Aznar, 2000: 19).

La utilización del espacio público, sin embargo, tiene su antecedente más importante en el *Situacionismo*, que dejó de lado producir arte como objeto para centrarse en el "hacer", en realizar acciones relacionadas con la vida, con la existencia y con la geografía (Navarro, 2001). En España una artista que ha trabajado desde una perspectiva situacionista es Itziar Okariz[6], con obras como *Mear en espacios públicos y privados* (2000) o *Trepando edificios* (2003), acción que realizaba por mediación de una escaladora profesional y que pretendía subvertir a forma de uso de la ciudad.

La obra *Malas posturas* (2010) de Fernando Baena y Marianela León tiene cierta relación con estas obras de Itziar Okariz pero la intención es más irónica. En las acciones, recogidas en formato vídeo, Marianela León se dejaba literalmente seducir por emblemáticos edificios públicos como el Senado, la Bolsa, el Palacio Real, mediante una danza provocativa, en ocasiones enajenada, que no dejaba indiferentes a los guardas y policías que reaccionaban interrumpiendo reiteradamente sus actuaciones (Baena, 2010).

Para Rodrigo Alonso, la intervención urbana es netamente política, en tanto se perpetra en el seno de la vida ciudadana. La mera ocupación o actuación en el espacio público, establece una tensión entre este y quienes, conmoviendo los órdenes implícitos de la estructura social, se apropian de la ciudad, transformándola en el escenario de sus proposiciones (Alonso, 2000).

Entre los artistas españoles que han practicado *happening* cuya significación con el tema que nos ocupa me parece que es notable, podemos recordar las primeras actuaciones de Antoni Miralda, que viene desarrollando desde los años sesenta un trabajo relacionado con la ceremonia, las intervenciones en el espacio público, la comida y el concepto de *Food Cultura*. Desde el principio realizó cenas y eventos privados que se transformaron en banquetes ceremoniales en los que se mezclaba el ritual y el simbolismo con los colores.

Más recientemente tenemos a la artista vasca Maider López, que realizó un *happening* en la playa Zumaia de Guipúzcoa el 18 de agosto de 2005, un domingo en el que se ofreció a todos los que llegaban a la playa una toalla roja para que la usaran ese día. De esa manera, a pesar de que la intervención consistía en realizar un acto cotidiano, el paisaje quedó automáticamente transformado.

Pero un año antes también realizó un *happening* con la participación del público en un puente de Budapest, el Puente de las Cadenas, donde los visitantes tenían que abrir, todos a la vez, unos paraguas de color verde que se mimetizaban con las aguas del Danubio. La intención era que, desde una perspectiva aérea, el puente quedara desdibujado. Aquella pieza se llamaba *Dunafelfedes* (López)[7].

La participación de los ciudadanos en acciones colectivas cargadas de color, como estamos viendo en los últimos tiempos en España, no implica que estemos ante un *happenig* ni siquiera una "acción artística", hablamos, por ejemplo, de las manifestaciones y movilizaciones diversas derivadas de las denominadas popularmente "mareas": blanca que corresponde a las protestas contra los recortes económicos y privatizaciones en la sanidad pública; verde contra los recortes y el cambio de las leyes en la educación y también con la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH); amarilla de los jóvenes que reivindican casa, trabajo y futuro (TOMALAPLAZA),… Y muchas más: hubo una amarilla contra los recortes en las Bibliotecas Públicas que partía de Reino Unido, otra roja específica del Centro de transfusiones de la Comunidad de Madrid, rojas son las acciones relacionadas con la lucha contra el sida, o moradas las referidas

[6] El programa de TVE Metrópolis le dedicó una emisión el 30 de mayo de 2010 en el que se entrevistaba a la artista en relación con su trayectoria. Y se pueden ver estas acciones mencionadas: http://www.rtve.es/television/20100521/itziar-okariz/332270.shtml [consulta 28/3/2014]

[7] Nada que ver, a pesar de los colores, con las intervenciones en el paisaje del artista búlgaro Christo Javacheff, especialmente la de los paraguas amarillos que se cobró varias víctimas entre las personas que colocaban o retiraban la "instalación" pero que no participaban.

a las reivindicaciones de la mujer… Pero, siendo el carácter de estas "mareas" fundamentalmente político y reivindicativo, sí han enriquecido su vocabulario expresivo con recursos propios de las acciones artísticas que hemos puesto como ejemplo. Hay muchas manifestaciones populares políticas, reivindicativas, conmemorativas, de denuncia, en las que se percibe una absorción de posturas, actitudes, elementos plásticos de "puesta en escena" o incluso de comunicación, que antes han estado presentes en el mundo del arte de vanguardia desde los años setenta hasta la fecha.

El diseño es importante para extender el mensaje, lo fue con la simple frase de 2003 "no a la guerra" en rojo sobre fondo negro, que tuvo su correspondencia en arte en las intervenciones del grupo *PVP o Protesta de Visibilidad Permanente* que, bajo el lema "Ninguna guerra es limpia", impregnó de rojo la fuente de la plaza de Colón, en Madrid. Lo ha sido recientemente en Alemania, con la movilización popular que quería impedir la venta y, como consecuencia, el cierre de una casa ocupada y de raigambre entre la cultura popular en Hamburgo. La acción tuvo inmediatamente su diseño, dos escobillas de baño indicando la "zona de peligro" (la zona sometida a "toque de queda") con el lema: "Gefahrengebiet Klobürste" (Wierich, 2014). Y ha sido muy importante el diseño de las camisetas verdes con el lema "Escuela pública, de todos, para todos". Tanto éxito tuvieron, y todavía tienen, que la presidenta de la Comunidad de Madrid quiso que la Hacienda pública persiguiera a quien las vendía.

Y también lo está teniendo con las pegatinas redondas de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca (PAH): "Si se puede" (en verde); "Pero no quieren" (en rojo). Campañas en las que participa *Enmedio*, un grupo anónimo que se define como profesionales de la imagen (diseñadores, cineastas, artistas) insatisfechos por la falta de conexión entre el arte y la vida, o lo que es lo mismo para ellos: la acción política. Por eso han decidido situarse "en medio", lo que entienden como "ningún lugar y en todos al mismo tiempo", con el fin de explorar la potencia transformadora de las imágenes mediante intervenciones y todos los medios a su disposición: fotografía, diseño, medios de comunicación. Todo para interferir en el relato dominante, en la explicación "oficial" del mundo.

Sus acciones se definen dentro del "arte y activismo" y son autores, por ejemplo, de una intervención realizada en Barcelona el 5 de junio de 2013, cuando el Ayuntamiento de la ciudad alquiló la Estatua de Colón a dos multinacionales para hacer publicidad. Para tal fin publicitario, a este emblema de la ciudad le pusieron una camiseta de futbol con la marca "Qatar. Airways". *Enmedio* llevó allí un gran globo amarillo con la leyenda "España, campeones del paro". El globo se elevó hasta la altura de la Estatua de Colón humillada con la camiseta de rayas. Un buen anuncio que se contraponía a la discutida "marca España".

En ocasiones una instalación puede tener tanto éxito que se repite en otras partes del mundo. Es lo que pasa con la titulada *Zapatos rojos* que la bailarina y *performer* Elina Chauvet ideo en 2013 para denunciar la violencia hacia las mujeres. Formulada como una instalación efímera de arte público basada en el duelo, tuvo su origen en Ciudad Juárez, México, localidad famosa por los feminicidios impunes.

La acumulación de objetos del mismo color en la calle como protesta de algún tipo empieza a ser recurrente y suele ser espectacular, como la protesta realizada por los obreros de la construcción en Milán en febrero de 2013 en una *Jornada de la cólera* de todo el sector de la construcción. Nueve mil cascos amarillos alineados perfectamente en la plaza, como tumbas, frente a la puerta de entrada de la Bolsa, bien acompañados de la imponente escultura que Maurizio Catelán construyó en 2010 como protesta por la crisis mundial. Una jornada que se repitió en julio de ese mismo año contra la burocracia que atenazaba el despegue del sector (Morino, 2013).

Y también resultó espectacular la instalación del artista francés Rachid Khimoune que utilizó casi mil cascos militares alemanes, rusos y franceses, para convertirlos en tortugas e inundar con ellos los Jardines del Trocadero, en París en 2011: *Rachid Khimoune's Peace Turtles: 1.000 turtles, symbolizing the war atrocities*. Con esa obra, que conmemoraba el Armisticio del 8 de mayo de 1945, con el que terminó la Segunda Guerra Mundial, el artista también pretendía protestar contra la violencia actual en el mundo.

Tampoco es extraño que llegue un momento en el que los dos discursos se fundan, porque el arte contemporáneo implica, en muchas ocasiones, la subversión y la reivindicación. Ya estaba presente en las primeras vanguardias pero es con las actividades estudiantiles del mayo francés de 1968, cuando se hace más presente, porque los artistas se rebelan entonces contra el sistema tradicional y establecido de producción y exhibición artística. Síntoma de esta nueva actitud fue el "Comité para el Sabotaje y Ocupación" de la Bienal de Venecia de aquel año o los artistas progresistas contra la Documenta. Y hubo *happening* realizados con posterioridad, con fines políticos, que fueron iniciados por artistas y que tuvieron un gran poder de convocatoria entre

los ciudadanos, como el movimiento contestatario *Alternativa Naranja,* que surgió como protesta imaginativa contra la declaración de la ley marcial en Polonia y el absolutismo comunista. Fue muy famoso en los años ochenta, cuando cientos de ciudadanos se manifestaban simplemente paseando vestidos de color.

Y hay que tener en cuenta, igualmente, movimientos recientes que se han popularizado mediante el uso de los móviles y las redes sociales en Internet. Por ejemplo el *flashmob* (algo así como "multitud instantánea"), una acción organizada en la que un grupo de personas se reúne en un lugar público para realizar algo que, en principio, no tiene ningún sentido o finalidad, y luego se dispersa rápidamente. El carácter no utilitario que tenían inicialmente las *flashmob* ha dado lugar a ciertas formas de absurdo, a*bsurdmobs*.

Sin embargo, en ocasiones las *flashmob* sí se han utilizado con fines políticos o reivindicativos. Algunos de los proyectos realizados por *Enmedio*, mantienen similitudes con el *flashmob*, por ejemplo la fiesta realizada en el INEM el 30 de abril de 2009 o en 2012 otra fiesta en una sucursal bancaria de Bankia (*Cierra tu cuenta. Cierra Bankia*). Estos eventos han sido copiados y modificados posteriormente por otros grupos, como *Flamenco en Bankia* o *Bankia, pulmones y branquias (flo 6x8)*.

En ocasiones estas acciones parten de la convocatoria de una sola persona. Es el caso de la exitosa propuesta de la artista visual Yolanda Domínguez cuando lanzó recientemente la idea de que las mujeres inscribieran su cuerpo en el registro de la propiedad como repulsa a la modificación de la ley del aborto en España. Pero también de la convocatoria que en Chile realizó la actriz y *performer* María José Contreras el 10 de septiembre de 2013, consiguiendo que se formara una cadena humana tendida en la acera, desde Plaza Italia hasta La Moneda, donde miles de santiaguinos se sumaran a la acción *QuererNover*, rememorando la herida, la cicatriz que tiene el país desde el 11 de septiembre de 1973, fecha del golpe de estado militar contra el gobierno legítimo de Salvador Allende y los 1200 detenidos desaparecidos. Apenas fueron 11 minutos pero muy simbólicos.

Hoy en día estamos inmersos en un mar de formas de comunicación e intervención no convencionales, se habla incluso de "guerrilla de la comunicación", que es un conjunto de prácticas de subversión política que buscan visibilizar las relaciones sociales de dominio de las sociedades capitalistas contemporáneas, tales como el nuevo y el viejo nacionalismo, el sexismo/patriarcado, el racismo y las formas de producción capitalista vinculados a ellos. Y que derivan de movimientos artísticos de los que hemos hablado, del *situacionismo* y del *happening*, actualizando técnicas del *detournement*[8] o "creación de situaciones". Y junto a esto la llamada *Culture jamming* que se podría definir también como movimiento artístico. Ha sido caracterizado como una forma de activismo público contrapuesto al consumismo y la imagen corporativa.

Un ejemplo de lo que estamos diciendo es la campaña *Yomango* (2002), logo y marca de un movimiento artístico basado en el hurto a empresas multinacionales cuyo nombre y tipografía se asocia a la famosa marca de ropa. De nuevo el diseño al servicio del activismo para lograr toda su efectividad.

En esa apuesta por tomar la calle la palma se la llevan las pintadas de *grafittis*, muchas de ellas ilegales y anárquicas pero que responden igualmente a esa idea de que la calle es de todos, no solo de los que pueden pagar sus anuncios. Por ese motivo artistas que practican el *brandalism* (postgraffiti) intentan, en muchos casos, dañar las imágenes corporativas que son hegemónicas en las ciudades (*subvertising*).

Pero todo es aprovechado por el mercado y algunas campañas publicitarias se han sumado a esta manera sorpresiva de actuar en la calle para llegar con frescura a un público sorprendido. Por eso, en ocasiones, han recurrido a la simulación de un *flashmob* contratando a bailarines e incluyendo aspectos de la marca que se promueve, lo que se ha dado en llamar *CashMob*. También se han realizado instalaciones llamativas en el espacio público como la realizada en 2013 por una empresa de seguros en Milán, que hizo surgir un submarino del asfalto (Taylor, 2013).

La pugna por la calle, como vemos, está servida. Pero la conclusión a la que podemos llegar es que estamos asistiendo a una permeabilidad de la sociedad en actitudes, acciones, planteamientos artísticos y estéticos que hace unos años se consideraban muy restringidos al mundo del arte, minoritarios, e incluso incomprensibles para la mayoría. Y, por otro lado, en el mundo del arte también se ha producido una permeabilidad a los problemas cotidianos y reivindicativos que se incorporan al

[8] *Detournement* o "tergiversación" es un concepto que surge en el entorno situacionista e indica la posibilidad de tomar algún objeto creado por el capitalismo o el sistema político hegemónico y distorsionar su significado y uso original para producir un efecto crítico.

quehacer artístico sin que ello sea considerado una perversión de la pureza de sus aspiraciones.

Bibliografía

Alonso, R. (1990). "En torno a la acción" en *Arte de Acción. 1960-1990*. Buenos Aires: Museo de Arte Moderno.

—. (2000). "La ciudad-escenario: Itinerarios de la performance pública y la intervención urbana" en *Jornadas de Teoría y Crítica*. La Habana: Bienal de La Habana.

Aznar Almadán, S. (2000). *El arte de acción*. Hondarribia: Nerea.

Baena, F. (2013). *La relación entre las artes plásticas y el arte de acción*. Granada: Ars Activus.

—. (2013). *Arte de acción en España. Análisis y tipologías (1991-2011)* [Tesis doctoral]. Granada: Universidad de Granada.

Borja, J. (2012). *Revolución urbana y derechos ciudadanos* [Tesis doctoral]. Barcelona: Universidad de Barcelona.

EFE (2007). "Siembran playa de Río con 1.300 rosas rojas en protesta contra la violencia" en *Crónica.com (19/4)*. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.cronica.com.mx/notas/2007/296635.html.

—. (2013). "Un pintor ruso clava con martillo sus testículos en la Plaza Roja de Moscú" en *ABC.es,* 10/11. Consultado el 21 de marzo de 2014 en http://www.abc.es/internacional/20131110/abci-pintor-ruso-testiculos-201311101611.html.

Ferrando, B. (2007). *La performance como lenguaje*. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://performancelogia.blogspot.com/2007/07/la-performance-comolenguaje-bartolom.html.

Gragera de León, F. (2014). "Un artista que lanza gritos desde las tripas" en *El País* (10 de marzo). Consultado el 12 de marzo de 2014 en http://cultura.elpais.com/cultura/2014/03/10/actualidad/1394449727_242138.html.

Milanovski, G. (2014). *Responsabilidad social y debate artístico en el día de hoy: Los artistas enfrentados al conflicto armado en la antigua Yugoslavia (1989-2008)* [Tesis doctoral en vías de presentación].

Morino, M. (2013). "La crisi del mattone: torna la protesta dei caschi gialli a Milano. 100 paletti frenano le nostre aziende" en *Il sole. 24 ore,* (8 de julio). Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2013-07-08/crisi-mattone-torna-protesta-105515.shtml?uuid=AbEXbICI.

Navarro, L. (2001). *Internacional Situacionista. Textos completos en castellano de la revista Internationale Situationniste (1958-1969)*. Vol. 1. *La realización del arte,* vol. I. Madrid: Literatura Gris.

Szombathy, B. (2004). "El arte acción en Yugoslavia y estados posteriores entre 1969 y 1999" en Martel, R. (ed.), *Arte Acción* 2 (pp. 432-433). Valencia: IVAM.

Taylor, A. (2013). "Submarine Rises Through Milan's Pavement In Ridiculous Publicity Stunt" en *Business Insider* (1/10). Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.businessinsider.com/submarine-appears-on-milan-street-2013-10.

Wierich, A. (2014). *Die Wirkungsmacht der Klobürste. Der Freitag (Politik)*. Consultado el 22 de marzo de 2014 en http://www.freitag.de/autoren/andrea-wierich/die-wirkungsmacht-der-klobuerste.

Páginas web

Adasme. Consultado el 16 de marzo de 2014 en http://www.adasme.net/Gale6.html.

Chauvet, E.: *Zapatos rojos arte público*. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://zapatosrojosartepublico.wordpress.com/about-2/about/

Enmedio. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.enmedio.info/acerca-de/

Erdem Gunduz. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.erdemgunduz.org/index.htm.

Fernando Baena. Consultado el 20 de marzo de 2014 en http://www.fernandobaena.com/videos/malas-posturas.html.

Food Culura. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.foodcultura.org.

Hsieh, T.: *One Year Performance*. Consultado el 16 de marzo de 2014 en http://www.one-year-performance.com/

Led Art. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://cargocollective.com/testament/Reconstruction-of-Crime.

Maider López. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.maiderlopez.com/.

María José Contreras. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.mariajosecontreras.com/#!performance/cjg9

PAH: Afectados por la Hipoteca Madrid. Consultado el 25de marzo de 2014 en http://afectadosporlahipotecamadrid.net/.

Rachid Khimoune. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://rachidkhimoune.com/?page_id=3960&lang=es. *Tomalaplaza*. Consultado el 25 de marzo de 2014 en http://tomalaplaza.net/.

Wardley, J.: Peace Day and The Fallen Project. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://thefallen9000.info/. *Yolanda Domínguez*. Consultado el 28 de marzo de 2014 en http://www.yolandadominguez.com/es/registro-2014.html.

ÍNDICE ▷

CREATIVIDAD SOCIAL. EL PAPEL DEL ARTE Y LA CREATIVIDAD COMO HERRAMIENTAS DE DINAMIZACIÓN SOCIAL

Luz Fernández-Valderrama Aparicio
Ignacio Rovira Caballero
Universidad de Sevilla

1. Arte, ciudad y las nuevas dinámicas de cooperación

En una aproximación al entendimiento de la ciudad contemporánea, visualizada en la problemática actual, desde el discurso de la mundialización y la crisis global, entendemos la necesidad de un cambio de paradigma cultural basado en la construcción del concepto de sostenibilidad. Cuestiones abordadas por el grupo de investigación de la Universidad de Sevilla HUM-958 IN-GENTES[1] (Investigación en Generación de Territorios) desde su orígenes, que paralelamente ha dado lugar a la constitución de un grupo de cooperación denominado como "Arquitectura, Territorio y Salud" (ArTeS)[2]. La labor investigadora se centra en el estudio sobre la regeneración de barrios, dando lugar a varias líneas de investigación[3]. En la búsqueda de nuevas lógicas para intervenir en la ciudad, nace la oportunidad de aprender una nueva mirada de la mano de la gestión cultural. De esta manera comienza el trabajo junto a varios espacios de gestión cultural que en busca del desarrollo humano y social presentan como eje de acción el arte y la cultura. Conscientes de que las energías dinamizadoras están en otras latitudes, asumimos la labor de cooperación dentro de las nuevas lógicas en las que no tiene cabida el afán del Norte en enseñar al Sur. Este nuevo modelo tiene más que ver con adoptar el papel de reforzar las relaciones sur-sur.

El grupo de Cooperación ArTeS, y en paralelo el Grupo de Investigación IN-GENTES, han trabajado desde sus orígenes sobre determinadas cuestiones vinculadas a las dinámicas sociales en los procesos de construcción de la ciudad. En diferentes investigaciones se han tratado nociones como la relación de lo público y lo privado en espacios como la fiesta o el juego, que creemos capaces de generar nuevas lógicas de acción en la ciudad[4].

2. Decrecimiento como alternativa

Nos encontramos ante la necesidad de establecer unos límites para llegar al verdadero entendimiento de la sostenibilidad, pues no podemos entenderla si no lo hacemos desde la construcción del término del "decrecimiento"[5]. Este no actúa como un antónimo del crecimiento, si no como otra economía con "reservas constantes de personas y artefactos, mantenida con unos niveles deseados y suficientes mediante un bajo ritmo de mantenimiento", como Serge Latouche enuncia en "La apuesta por el decrecimiento". El decrecimiento es más bien una matriz de múltiples alternativas necesaria para "reabrir los espacios

[1] http://ingentes.es/

[2] http://rehabilitaciondebarrios.org/

[3] http://ingentes.es/lineas-de-investigacion/

[4] Hacemos referencia al artículo publicado por los investigadores de IN-GENTES: Rubio, A., Fernández-Valderrama. L. y Reinoso, R. (2008). "Transformaciones en la relación entre lo doméstico y lo público" en *Neutra: revista del Colegio Oficial de Arquitectos de Andalucía Occidental 16*, pp.52-57. http://ingentes.es/publicaciones/transformaciones-en-la-relacion-entre-lo-domestico-y-lo-publico/

[5] Término lanzado por Nicholas Georgescu-Roegene (1995) en: La décroissance: Entropie-Ecologie-Economie, Sang de la terre. En *Una nueva de vivir, El Decrecimiento. Hacia una sociedad ahorrativa, ecológica y solidaria* pp. 18-24. Santiago de Chile: ed. Aún creemos en los sueños.

de la inventiva y de la creatividad" bloqueados por el sistema económico desarrollista.

Reflexionando sobre las palabras de Amartia Sen sobre la idea de justicia[6] "más que plantear el proceso ideal que regule el mundo y lleve consigo un cambio de rumbo hacia el crecimiento cero y la sostenibilidad" es necesario plantearse una llamada a la acción necesaria para comenzar a evitar las injusticias evitables. Creemos necesario seguir trabajar sobre el espacio del debate Colectivo y aprender de los procesos de los que este se nutre. Frente al crecimiento, el reformismo propone cambios de mejora y reforma de las condiciones de vida urbana y social, tiene una prioridad de lo público, propone el reequilibro y la compensación de desequilibrios que genera la ciudad industrial, introduce factores de equidad basados en el bien común, el urbanismo se produce en paralelo con la del Estado Social. Se hace necesario un desarrollo urbano integrado desde el análisis de la transdisciplinaridad, generando espacio públicos de alta calidad.

3. Arte y cultura como herramientas de dinamización social

El arte; junto a otras actividades humanas como la educación, la religión, la investigación fundamental, el deporte o las relaciones humana, de manera que permite su máxima expresión sin generar un consumo material irremplazable o un deterioro irreversible del medio natural (Mill, 1953: 297). En definitiva, no necesita un gran aporte de recursos y genera un máximo de beneficio local, además de trabajar en pro de una reapropiación comunitaria de la ciudad, frente a la privacidad en la ciudad actual que imposibilita las dinámicas colectivas, la construcción de lo social.

Atendiendo a una cuestión biológica, estudiamos el papel del ser humano como ser social y ser individual, a pesar de lo aparentemente antagónico que se muestran estas dos características del ser humano. Como ser individual posibilita un cierto poder de decisión dentro de un colectivo. Al igual que Humberto Maturana le atribuye a cada célula un cierto poder decisorio en contra de un cerebro completamente autónomo.

Como ser social forma parte de sistemas complejos en continuo cambio, como resultado de nuestra propia dinámica interna o generada en nuestras interacciones en el medio, volviendo a citar a Maturana (2004). Forman una red de interacciones que opera como un medio que en el que se realizan como seres vivos y en la que todos participan mediante estas interacciones. Estas redes no responden a las leyes de equilibrio, y a su vez el no-equilibrio es creador de estructuras, que usando el concepto de Ilya Prigogine (2007), llamamos estructuras disipativas. Es interesante este concepto, en cuanto que reclama para sobrevivir una disipación de energía, existe en cuanto que funciona y "mantiene intercambio con el exterior y posibilita sistemas más complejos". Se produce un continuo mecanismo posibilitador de nuevas estrategias que entendemos favorables a la acción creativa.

3.1. La fiesta y el juego

En el espacio de lo común, la gente se auto organiza y genera sus propios sistemas de cooperación mutuos. Estudiamos el papel que desempeñan la fiesta y la revuelta social y abordamos la búsqueda de estas dinámicas detonadoras del espacio social.

La fiesta, como expresión social, "diluye los límites entre lo público y lo privado"[7]. Convierte a todo el espacio en el propio soporte para la acción: el espacio relacional, el espacio para el debate, el espacio inter-relacional. Freddy Massad y Alicia Guerreros estudian como el juego ha sido relegado a espacios residuales sin posibilidad de improvisación o de interacción social, a pesar de su capacidad de generar pequeñas ágoras en la vida cotidiana de la ciudad[8]. Para la historiadora Liane Lefaivre el juego en la ciudad enfatiza su papel como "margen físico que permite el movimiento entre los diferentes componentes de una construcción o una máquina", planteamiento que subraya la importancia crucial de las zonas de recreo como parte del engranaje social de la ciudad.

En el contexto de la experiencia artística nos parece necesaria entender la visión que Walter Benjamin nos ofrece sobre el modo de ser del propio arte, más que le comportamiento o el estado de ánimo del "jugador".

Esta concepción del espacio como un juego posibilita aplicar nuevas estrategias olvidadas en la relación entre las personas y, a su vez, de estas con el propio espacio. La calle se convierte en el "tablero" de juego sobre el que a través de unas reglas de juego determinadas permite su desarrollo como lugar para el encuentro y el disfrute, generando una nueva experimentación del propio espacio para llegar a recuperar su condición de espacio de lo social.

[6] "Es inaceptable aquella injusticia evitable" (Amartia Sen).

[7] Rubio, A., Fernández-Valderrama. L. y Reinoso, R. (2008). "Transformaciones en la relación entre lo doméstico y lo público" en *Neutra: revista del Colegio Oficial de Arquitectos de Andalucía Occidental 16*, pp. 52-57. Consultado en http://ingentes.es/publicaciones/transformaciones-en-la-relacion-entre-lo-domestico-y-lo-publico/

[8] Massad, F. y Guerrero Yeste, A. (2007). "Con la Ciudad en Juego" en *ABCD de las Artes y las letras, 807*.

3.2. Arte, Cultura y Creatividad Social

El arte visualizado desde un contexto participativo es capaz de mostrar su capacidad para comprometer a la ciudadanía con los conceptos urbanos del medio, aportando reflexiones para dar un nuevo punto de vista sobre la ciudad. Como parte de la contemporaneidad, toma procesos propios de cada una de las disciplinas y los focaliza hacia el análisis de la construcción de ciudad. Nuestra misión ahora es aprender de la historia que función ha tenido el arte como generador de situaciones o como desvelador de nuevas posibilidades. Y en este sentido, las claves que debe buscar la práctica artística deben incluir aspectos como la incorporación de públicos participantes, fomentar su presencia en la educación y practicar una participación activa en la vida política.

4. Construcción de la red sobre regeneración de barrios: investigación-gestión-acción

Motivados por la necesidad de registrar estrategias de otras latitudes que pudieran aportar nuevas estrategias para alumbrar a una Europa atascada a veces en los procesos, tiene origen un proyecto que proponía estudiar y trabajar sobre América Latina, en concreto en la Ciudad de Cochabamba, por el conocimiento de un proyecto innovador, el proyecto mARTadero[9]. Un espacio cuyo objetivo es el "desarrollo humano y social a través del Arte y de la cultura"[10]. En la colaboración con este espacio surge la posibilidad del abordaje de una nueva lectura en la relación arte y ciudad. Con estas prácticas comenzamos a estudiar el papel que la gestión cultura puede jugar en la ciudad, y como puede transformarla apoyándose en el desarrollo artístico y cultural para el cambio social.

Tras varias experiencias investigadoras vinculadas la regeneración barrios, sobre todo en periferias, el Grupo de Investigación se presentó en el año 2011 a una convocatoria de proyectos de Cooperación Inter-Universitaria de la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional y Desarrollo) del Ministerio de Asuntos Exteriores de España. Se enmarca en estas acciones la construcción de la "Red sobre Regeneración Integrada de Barrios: Investigación-Gestión y Acción"[11]. El proyecto tendría dos principios estratégicos. El primero de ellos supone la voluntad de trabajar a través de espacios culturales activos que estén vinculados a barrios concretos, teniendo entre sus objeticos el desarrollo humano y social; lo que implica generar estrategias a través de las claves de la creatividad. El segundo principio se relacionaría con la implicación en cada espacio a actores de ámbitos diferentes, como son la acción, la gestión y la investigación. La aparición de estos tres actores posibilita la generación de un enriquecimiento mutuo, a la vez que la revisión del papel de cada uno de ellos en la transformación social.

La construcción de esta red tendría como antecedentes distintas actividades realizadas entre la Universidad de Sevilla, la Universidad de Málaga, la Universidad de Valparaíso en Chile y la Universidad Mayor San Simón de Bolivia. Gracias a la financiación del Plan de Cooperación Internacional "Acción preparatoria para la futura Red sobre Rehabilitación[12] Integral de Barrios en Centros Históricos: Sevilla-Málaga-Valparaíso-Cochabamba". Estas acciones posibilitaron trabajar con el espacio *mARTadero,* conociendo de primera mano las diferentes acciones y dinámicas puestas en marcha sobre el Barrio de Villa-Coronilla. El espacio *mARTadero* es el germen, del que surgen la construcción de la red de trabajo en espacios culturales de otros países de América Latina, todos insertados en realidades sociales complejas con un fuerte compromiso social. La colaboración con la Universidad de Valparaíso, en concreto con la Escuela de Arquitectura (EAV), y la Universidad Mayor San Simón (UMSS) posibilitaron la realización de talleres, seminarios[13] y sesiones de trabajo que permitieron abordar acciones concretas, con la concreción primera de dos casos de estudio: el barrio de Villa Coronilla, en Cochabamba, y el Barrio Cordillera, en Valparaíso, barrio en el que nos interesa el trabajo llevado a cabo por el Espacio Santa Ana.

La red lo componen otros tres espacios de gestión con lo que se esperan desarrollar proyectos fututos. Estos espacios son: Arenas y Esteras, situado en el barrio Plan 3000 de Lima (Perú); el Centro Cultural San Isidro, en el barrio Plan 3000 de Santa Cruz (Bolivia), y por último La Caja Lúdica, que desarrolla su labor vinculada al barrio El Rabinal de la Ciudad de Baja Verapaz (Guatemala).

[9] http://www.martadero.org/

[10] Como explica su director Fernando García Barros en el libro "Proyecto mARTadero, vivero de las artes: Un Espacio Ejemplar de Gestión Cultural". http://www.martadero.org/galeria/descargas.html

[11] Esta Red fue presentada en el Seminario "Rivitalizzaziones dei Centri Storici del Mediterraneo. ORTIGIA-LA VELETA-LAMPEDUSA: UN CONFRONTO" realizado en la Ciudad de Siracusa el 22 de Marzo de 2013 http://ingentes.es/congresos/presentacion-de-la-red-de-regeneracion-integrada-en-el-seminario-de-siracusa/

[12] Hoy, más avanzado el trabajo, hemos adoptado el término de "regeneración" más apropiado para estas estrategias, siguiendo las premisas planteadas en la Declaración de Toledo de 2010, para la "Regeneración Urbana Integrada".

[13] En este sentido se enmarca la realización del II Seminario Internacional. Regeneración Integrada de barrios: Tarija, La Paz, Cochabamba, Valparaíso. http://rehabilitaciondebarrios.org/ii-seminario-internacional-regeneracion-integrada-de-barrios-cochabamba/

5. El papel de los espacios de gestión cultural en la regeneración de barrios

5.1. Proyecto mARTadero

En 2004 un grupo de artistas contemporáneos liderados por Angelika Heckl, participan en el II Conart, concurso bienal de arte contemporáneo de la Ciudad de Cochabamba en Bolivia en un antiguo matadero situado en el Barrio de Villa Coronilla. El arte contemporánea se presentaba, en este caso, como un elemento clave de integración y unión. Sus propios procesos junto "su carácter interdisciplinar y la libertad generan una sinergias con el lugar que supondrían el germen del espacio cultural"[14]. El propio lugar tuvo un papel fundamental en la proyección de una visión diferente de arte y gestión cultural. A partir de la bienal de arte contemporáneo se fundan las bases para un proyecto integral de desarrollo artístico y cultural cuya estrategia se basa en el papel de propio espacio del matadero, la gestión cultural hacia promoción intercultural de ámbitos locales, nacionales o internaciones y los principios de "innovación, experimentación, intercambio o interculturalidad".

Se pretendía trabajar con el rol esencial de la gestión cultural para generar espacios creativos de transformación, integración o proyección. Una transformación que usa como base la fuerte identidad que ha unido al barrio con el equipamiento de matadero, hacia el desarrollo humano, social, productivo y urbano.

Villa Coronilla es un barrio con historia rica en producción artesanal a través de la industria del cuero, en costumbres y hábitos en torno a la carne trabajada en el matadero, en impulsos cooperativos para la conformación de instituciones y entidades. Desde los asentamientos prehispánicos hasta la actual aparición de espacios culturales alternativos. Toda esa memoria es trabajada, y plasmada a través de procesos artísticos y de equipamiento urbano en la zona misma, generando elementos de señalética, murales o marquesinas que permitan recorrer el barrio comprendiendo su evolución y disfrutando de su memoria.

El espacio trabaja por el desarrollo humano y social en el vecindario, fomentando la presencia del arte y la cultura como estructura de la vida cotidiana. Hacer accesible la información cultural, mejorando la apreciación histórica en el propio barrio. Para ello lleva a cabo actividades como exposiciones de etnias indígenas del país, encuentros de diálogo del ciudadano, diferentes talleres de capacitación vecinal. Además de dotar de medios técnicos a los artistas locales y nacionales para posicionarlos y conectarlos con el resto del mundo.

5.2. Espacio Santa Ana

En 1989 nace en Valparaíso el *Taller de Acción Comunitario* TAC[15], grupo de acción social, articulado a partir de la disolución de un ONG que se encontraba operando en Chile durante los años de la vuelta a la democracia, teniendo como actores principales a los niños. Se reconoce un proceso de construcción colectiva que refleja los alcances en la revitalización y la recuperación del territorio. Proceso vinculado desde sus inicios al Barrio Cerro Cordillera en Valparaíso. Este junto con el Barrio Alegre y Barrio Puerto, son barrios declarados Patrimonio Mundial. Aunque si bien, en estos dos últimos se ha producido un desplazamiento de población originaria desplazada por población procedente de Santiago y del extranjero, con la pérdida de actividades originales arraigadas al barrio, en estos barrios, no se ha desarrollado la ciudad del mismo modo, dados los grandes problemas sociales en los mismos. A estos barrios, los más antiguos y pintorescos de Valparaíso, se le ha llamado el "corazón del puerto" porque allí nació y comenzó a desarrollarse la ciudad y son un símbolo de su historia.

Orientados por un proceso de autodiagnóstico; que reflejaba el deterioro e inexistencia de espacios públicos, la existencia de basureros y la falta de organización y confianza en sus líderes, como aspectos sociales más relevantes; comienzan las acciones orientadas a generar espacios para el encuentro colectivo. Se inician las acciones para la transformación colectiva de un antiguo basurero situado en una quebrada en un anfiteatro, junto a la sede del TAC. Generada una primera plaza de encuentro empiezan a realizarse una serie de murales por todo el barrio, inspirados en su propia historia. En una búsqueda de volver a conectar a los vecinos con su propio identidad. Un proceso de construcción que se extenderá durante una década y cuyo resultado es un espacio colectivo y local para la cultura capaz de albergar a 630 personas en el cual habían participado más de 1000 personas de forma voluntaria en su construcción.

Desde sus inicios el TAC ha contribuido de forma decisiva a reactivar el tejido social y el sentido de identidad del barrio Cerro Cordillera cuya energía canalizada a través de las experiencias del taller en pro de la mejora de las condiciones de vida del lugar y

[14] Como explica Fernando J. García Barros en "mARTadero, vivero de las artes: un espacio ejemplar de Gestión Cultural", pp. 53-56

[15] http://tacvalparaiso.wix.com/taccortillera

de su entorno ha dado origen a una nueva generación de líderes comunitarios locales[16].

Esos niños y jóvenes que fueron el inicio de los trabajos en el barrio, hoy siguen trabajando con los vecinos. En este sentido surge el *Espacio Santa Ana*[17]. Un espacio de gestión cultura generado a partir de la recuperación de la antigua Capilla que da nombra al espacio. Se asume el arte y la cultura como elementos clave de participación y cohesión social. La utilización de prácticas artísticas y sociales de interacción a través de la recuperación de la memoria histórica y la interacción cultural se focaliza hacia el desarrollo humano barrial. Algunas de las prácticas empleadas son el teatro comunitario, el circo social, el arte callejero, conciertos, así como otras actividades dirigidas a detonar el espacio social, recuperar la identidad cultural o promover la participación de sus vecinos como propios actores de acción artística.

El *Espacio Santa Ana* es un ejemplo claro de un proceso artístico que surge desde los habitantes del barrio trabajando para la regeneración integral del mismo. Son los propios vecinos, los que motivados por la desigualdad social se organizan y luchan por la promoción de los derechos humano, la interculturalidad y la sostenibilidad.

5.3. Arenas y Esteras

La Red la componen otros espacios en el contexto latinoamericano con los que se están empezando a trabajar con la misma actitud de las acciones desarrolladas. En este sentido, el centro *Arenas y Esteras*[18] surge en el Barrio de Villa El Salvador en Lima (Perú) como espacio de convivencia para el trabajo con jóvenes antes los graves hechos de violencia que azotaron Perú, energías que se acentúan con el asesinato de la líder popular del barrio. Aborda los movimientos sociales desde lenguajes artísticos.

Villa el Salvador se encuentra en la periferia de la ciudad y fue objeto hace 40 años de una planificación programada en la que se establecieron las bases para el trabajo social y barrial que hoy en día se está realizando, estableciendo lotes y programas religiosos, culturales y sociales asociados a cada manzana, unidades que hoy en día funcionan como unidad de gestión. Es un barrio que por otro lado ha conseguido construir una gran identidad barrial, más allá de las grandes problemáticas físicas, económicas, sociales y de infraestructuras que tiene. En 1987 Villa El Salvador obtuvo el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia. Fue concedido por ser "La práctica ejemplar para organizar un tipo de ciudad solidaria y económicamente productiva"[19].

En este contexto, y tras la muerte de María Elena Moyano el 15 de febrero de 1992, dirigente popular de Villa el Salvador, el 29 de marzo nace Arenas y Esteras, una organización de artistas, educadores y líderes comprometidos con la comunidad que proponen una forma de ser y hacer arte que contribuya al desarrollo humano y la transformación social, asumiendo la capacidad creadora de la gente como una estrategia artística que hace posible la capacidad de vivir, de ser resilientes y sinérgicos, usando para ello el teatro, el circo, la música, la danza y las artes plásticas[20]. Con este espacio cultural esperamos en un futuro trabajar, generando alianzas con Universidades locales y pudiendo establecer proyectos que nos permitan generar nuevas vías de aprendizaje colaborativo.

5.4. Centro Cultural San Isidro

También en Bolivia surge en el barrio de San Isidro de la Ciudad de Santa Cruz el *Centro Cultural San Isidro*[21] con el propósito de promover estrategias y acciones dirigidas al trabajo con niños y jóvenes. Pretender consolidar el barrio San Isidro como el primer Barrio Cultural y Deportivo de Bolivia a través de la consolidación de cuatros estrategias de acción: área y deporte, desarrollo y medioambiente, liderazgo y democracia y emprendimiento, como explican los propios coordinadores del centro cultural.

5.5. La Caja Lúdica

Esta red la completaría el espacio de *La Caja Lúdica*[22] en el Barrio de El Rabinal de Baja Vera Paz, en Guatemala. Se orienta hacia el trabajo con jóvenes de distintos estratos sociales, económicos, culturales o académicas, en busca de la consolidación de la paz y la convivencia a través de la programas de formación integral o actividades en pro de acercar el arte a los vecinos y promover su sensibilidad artística.

[16] Tal y como indica la Arquitecta Ana Rojas en un artículo sobre TAC_Cordillera en la Revista Planeo. http://revistaplaneo.uc.cl/planeo-hoy/buenas-practicas/tac-cordillera-taller-de-accion-comunitaria/

[17] http://espaciosantaana.blogspot.com.es/

[18] http://teatroarenayesteras.blogspot.com.es/

[19] Mención obtenida siendo Michel Azcueta el primer alcalde de Villa El Salvador. El espacio virtual "Amigos de Villa: de lo local a lo global, otro mundo es posible", es un reflejo de estas consideraciones: http://www.amigosdevilla.it/

[20] Definición realizada por el mismo grupo: http://teatroarenayesteras.blogspot.com/

[21] http://www.centrosanisidro.blogspot.com.es/

[22] http://cajaludicarabinal.blogspot.com.es/

6. Acciones concretas: Proyecto mARTadero

Junto al espacio mARTadero iniciamos la primera línea de acción de la red, por lo que se nombra al barrio de Villa Coronilla primer barrio piloto. Ya hemos hablado de las problemáticas sociales dentro del barrio, a pesar de su céntrica situación y de ser un barrio referente en la historia de Cochabamba. La ubicación del antiguo matadero y las diferentes dinámicas que desde hace años vienen realizando, lo convierten, junto a sus características sociales y urbanas, en el perfecto territorio laboratorio. Como ya hemos explicado, una de las estrategias de la Red es implicar a agentes de la investigación, gestión y acción en cada uno de los contextos. En la caso de Cochabamba, intervienen el Instituto de Investigación de la Facultad de Arquitectura y Ciencias del Hábitat de la Universidad Mayor San Simón, como agentes de la investigación; actores locales del barrio de Villa Coronilla y el proyecto mARTadero como agente gestor, que asume el papel de interlocutor entre los otros dos grupos de agentes[23].

Previo a la realización de proyectos conjuntos, la Universidad Mayor San Simón realizó el análisis urbano[24] del barrio y se demostraban una serie de problemas sociales, ambientales y urbanísticos como son la degradación y escaso cuidado del espacio público, el bajo sentido de comunidad, la fragmentación de las estructuras de poder y participación, la acumulación excesiva de basuras o la escasez general de las condiciones higiénicas.

En el año anterior, 2011, se habría realizado una acción urbana cuyo objetivo era "despertar conciencia frente al presente y fututo de los habitantes de Villa Coronilla sobre su responsabilidad y fuerza de cambio del contexto físico barrial, por medio del arte y el ejercicio cultural"[25], con la finalidad de convertir al barrio en un lugar atractivo, recuperar su valor histórico y crear un entorno de diálogo con el arte como herramienta de cambio social. En este marco contexto se realizarán los siguientes proyectos entre el Grupo de Cooperación y los agentes anteriormente descritos, apoyando los avances conseguido por los propios vecinos.

6.1. Viviendas y entornos saludables: Un modelo para la Rehabilitación de Barrios: Cochabamba[26]

El proyecto pretendía sumarse al trabajo comenzado por los residencia del barrio en la construcción de un barrio sostenible, pero incluyendo un parámetro nuevos: los espacios saludables, tanto en la vivienda como en el entorno, hasta ahora no abordados desde la investigación por falta de "voluntarios y formación en el área de la arquitectura" como concluye el Informe de actuación de mARTadero, 2011. El objetivo del proyecto era "promover la sensibilización y el conocimiento entre los vecinos de la relación indisoluble entre la vivienda y el entorno con la salud, en un sentido amplio de su concepto"[27], además de crear espacios de encuentro que mejoraran la comunicación entre los vecinos.

Las herramientas empleadas van desde el análisis del espacio público, realización de talleres de participación ciudadana o entrevistas con los vecinos. Podemos destacar la dinámica de foto: positivo-negativo, en la que se entregaba a los vecinos una cámara desechable para que fotografiaran lo que más y lo que menos le gustaba de su barrio, para después analizarlas en las reuniones vecinales.

6.2. Historia para la acción. Rehabilitación de Barrios a través de los valores[28]

El Objetivo de este proyecto era la construcción colectiva de la historia del Barrio de Villa Coronilla articulando a Docentes y a estudiantes Universitarios con el Proyecto mARTadero y los vecinos del Barrio. El proyecto pretendía la construcción de lo que se denominaban como "micro-historias" de Villa Coronilla, construyendo "La Historia de los valores del buen Vecino de Villa Coronilla", acción que pretende trabajar a favor de la consolidación de la identidad del barrio. Dentro de este proyecto se enmarcarían las siguientes acciones:

6.2.1. Taller de señalética[29]

El proyecto trataba de establecer estrategias para la recuperación de la historia del barrio a través de la mejorar sus calles y fachadas.

[23] http://rehabilitaciondebarrios.org/trabajando-en-una-nueva-linea-de-investigacion-para-la-umss-la-rehabilitacion-de-barrios/

[24] "Diagnóstico y propuesta de desarrollo distrital. Distrito 10". Realizado por la Facultad de Arquitectura de la Universidad Mayor San Simón de Cochabamba en Noviembre de 2010.

[25] http://www.martadero.org/noticias/noticia.html&id_noticia=38 Bienal de Arte Urbano en Cochabamba (BAU).

[26] http://rehabilitaciondebarrios.org/proyecto-vivienda-y-entornos-saludables-un-modelo-para-la-rehabilitacion-de-barrios-cochabamba/ Proyecto financiado por el Plan Propio de Cooperación de la Universidad de Sevilla y realizado por la investigadora Carolina Ureta Muñoz, miembro del Grupo de Cooperación.

[27] http://ingentes.es/uncategorized/vivienda-y-entornos-saludables-un-modelo-para-la-regeneracion-de-barrios-cochabamba-bolivia/#more-2540

[28] http://rehabilitaciondebarrios.org/historia-para-la-accion/#more-2343 Proyecto llevado a cabo por el investigador Manuel Frutos.

[29] http://rehabilitaciondebarrios.org/taller-de-senaletica-en-la-umss/#more-3802

Proponía dos acciones que hicieran referencia a diferentes elementos identitarios y potenciadores de valores entre los vecinos. El taller propone la creación de un proyecto de señalética para las calles del barrio, el cual es inexistente actualmente en el barrio, con la temática específica de la recreación de momentos históricos que pusieran en conexión el pasado del barrio con su historia actual. Para ellos se convocaron a los alumnos de 4º año de la carrera de Diseño Gráfico y Comunicación Visual de la Facultad de Arquitectura y Ciencias del Hábitat de la Universidad Mayor de San Simón. Fueron los vecinos los que eligieron finalmente la propuesta, ya que son los principales beneficiarios.

7. Próximos proyectos. Nuevas dinámicas: espacio Santa Ana

Las energías del Grupo de Cooperación se dirigen hacia la colaboración con cada uno de estos espacios y trabajar en cada caso para originar estrategias concretas en clave de investigación, gestión y acción. A su vez, no deberíamos desviar la mirada de fomentar el trabajo colaborativo en red entre los mismo y logar generar sinergias posibilitadoras de nuevas acciones en cada uno de los contextos planteados. Debemos aprender de estas experiencias que nos llegan de otras latitudes y que se nutren de unas lógicas diferentes al desarrollismo dominante en los países del Norte.

A partir de las experiencias aprendidas de los procesos llevados a cabo en Villa Coronilla, y tras varias estancias en la Universidad de Valparaíso, gracias a varios proyectos, como grupo de cooperación nos encontramos ante la posibilidad de gestionar un proyecto para trabajar esta vez junto al *Espacio Santa Ana* que permitirá a un miembro del grupo de Cooperación realizar una estancia en el emplazamiento de Cerro Cordillera. La utilización del Arte como medio para la transformación social en el caso Chileno cobra una especial importancia, en paralelo a la pérdida de vinculación absoluta que el pueblo de Chile ha sufrido respecto a sus raíces andinas. Podríamos apreciarlo como un intento en la búsqueda por sus orígenes. Esta nueva experiencia se enmarcaría dentro de una investigación vinculada al Máster de Ciudad y Arquitectura Sostenibles de la Universidad de Sevilla y permitiría registrar nuevas acciones y dinámicas ensayadas en el propio barrio desde la gestión cultural. En un intento por seguir aprendiendo del trabajo de estos espacios y de nuevas formas de regeneración urbana donde la creatividad es parte fundamental del proceso de transformación social. Se trata de ir construyendo la región conceptual de lo que nos referimos al hablar de Creatividad Social. En este sentido, la oficina de Cooperación de la Universidad de Sevilla[30] es parte fundamental de este proyecto, al posibilitar la gestión de becas de voluntariado para realizar proyectos vinculados a investigaciones, tanto de máster como de doctorado.

Como decíamos anteriormente, las dinámicas de cooperación han cambiado, ya que frente a la posición de control que el Norte ha tenido con el Sur, intentamos cambiar la mirada y aprender de estas situaciones fomentando las relaciones de cooperación mutuas. En el momento de crisis socioeconómica actual, no podemos seguir pensando en los mismos términos y el arte y la creatividad nos ofrecen alternativas para apoyar la cultura de lo local frente a lo global.

8. Bibliografía

Andreotti, L., Costa, X. y Delgado, S. (2006). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Arendt, H. (2011). *La Condición humana.* Barcelona: Paidós.

Campos Venuti, G. (1981). *Urbanismo y austeridad*. Madrid: Siglo veintiuno.

Fernández-Valderrama Aparicio, L. (2013). "Nuevas emergencias contemporáneas" en *Revista Boliviana de Estudio del Hábitat 1*(1), pp. 64-78.

Gadamer, H.G. (2004; 2005). *Verdad y Método*. Salamanca: Sígueme.

García, B. F. (2009). *Proyecto mARTadero, vivero de las artes: un espacio ejemplar de gestión cultural*, FAUTAPO.

Jacobs, J. (2012). *Muerte y Vida de las grandes ciudades.* Madrid: Capitán Swing.

Latouche, S. (2008). *La apuesta por el decrecimiento: ¿cómo salir del imaginario dominante?* Madrid: Pirámide.

Prigogine, I. (2004). *El fin de las certidumbres.* Santiago de Chile: *O. Jacob.*

Rubio Díaz, A., Bellido R.R. y Fernández-Valderrama A., L. (2008). "Transformaciones en la relación entre lo doméstico y lo público" en *Neutra: revista del Colegio Oficial de Arquitectos de Andalucía Occidental 16,* pp. 52-57.

Stuart Mill, J. (1953). *Principio de Economía Política.* París: Progress IEP.

Varela, F. J. y Maturana, H. (1973). *De Máquinas y Seres Vivos: Una teoría sobre la organización biológica.* Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

VV. AA. (1991). *Taller de Acción Comunitaria. 10 años.* Valparaíso, Chile. Consultado el 20 de marzo de 2014 en http://www.memoriasdelsigloxx.cl/601/w3-article-3217.html

[30] http://internacional.us.es/internacional/index.php/blog-cooperacion

VV. AA. (2009). *Una nueva manera de vivir. El Decrecimiento: Hacia una sociedad ahorrativa, ecológica y solidaria*. Santiago de Chile: Aún creemos en los sueños.

VV. AA. (2010). *Experiencia de Rehabilitación de la Población Obrera de la Unión*. Valparaíso, Chile: Quebecor World.

VV. AA. (2010). *Utopías. Antiguos y nuevos sueños*. Santiago de Chile: Aún creemos en los sueños.

VV. AA. (2013). *Movimientos sociales-luchas políticas. Alternativas*. Santiago de Chile: Aún creemos en los sueños.

VV. AA. (2013). *Pensamiento Hermeneútico en el abismo de la arquitectura: contextos para Rafael González Sandino*. Madrid: Abada.

ÍNDICE ▷

PUBLICIDAD EXTERIOR: PAISAJE URBANO AL SERVICIO DE LAS ORGANIZACIONES

Begoña Gómez Nieto
Universidad de Valladolid

1. Sobre el concepto de publicidad exterior

Los profesionales publicitarios y estudiosos de la comunicación coinciden al afirmar que la publicidad exterior es un medio publicitario genuino. En sus manifestaciones formales (vallas, cabinas, marquesinas, opis, mupis, publicidad en taxis, en autobuses, etc.) no se da otro tipo de información que el simple y puro mensaje publicitario. La inmensa mayoría de las manifestaciones de publicidad exterior poseen la peculiaridad de que han conseguido lo que ningún otro medio: insertarse dentro del paisaje urbano y contribuir a su ecología ornamental. El medio exterior está constituido por un amplio conjunto de soportes que poseen la característica común de hallarse instalados en el exterior, en la calle, de tal modo que salen al encuentro de su audiencia una vez que ésta ha abandonado el ámbito de lo privado y se introduce en las áreas de dominio y uso público (calles, vías de comunicación, vehículos e instalaciones de transporte público, recintos deportivos, etc.) (Pacheco, 2000: 189). De las múltiples definiciones de publicidad exterior, destacamos las siguientes (Pérez Ruiz, 1996: 401):

> La publicidad exterior es la que se sitúa a la vista del transeúnte en lugares donde pueda verla ocasionalmente y sin que esté predispuesto a la lectura. La publicidad exterior ha de producir efecto por el simple hecho de ser vista, ya que el tiempo de exposición no permite ser leída (Bori y Gardó, 1936: 463).

> La llamada publicidad exterior comprende el conjunto de medios que se utilizan para anunciar en la vía pública, en las calles y plazas de las poblaciones, en lugares de afluencia tales como las estaciones ferroviarias y suburbanas, en el campo, a la vista de las carreteras y las vías férreas, en los campos de aviación y las estaciones marítimas, todos los lugares, en fin, donde el público pasa o se estaciona brevemente, sin permanecer (Prat Gaballí, 1953: 105).

En las definiciones sobre el concepto de publicidad exterior, se observa la evolución del concepto y las coincidencias existentes en lo referente a la integración en el paisaje urbano como un elemento más. Independientemente de cualquier definición, las dos notas fundamentales de toda publicidad exterior son:

a) Debe ser publicidad, es decir, una comunicación orientada a suscitar la contratación inmediata de bienes o servicios. En este sentido, la Ley General de Publicidad 34/1988 (art. 2), resalta como notas fundamentales que definen esta actividad: una forma de comunicación, realizada por persona física, jurídica, privada o pública, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

b) La publicidad debe realizarse en el exterior. Se entiende por exterior:

   - El concepto opuesto a interior, tal y como lo estipuló en su día el Decreto 917/1967 de 20 de abril, que asimila el término exterior con "espacios abiertos", "calles o plazas", "vías de comunicación", "medios colectivos de transporte" y "lugares o ámbitos de utilización general", es decir, lugares que no ostentan privacidad sino más bien lo contrario.

- El segundo sentido general, que se aplica al término exterior, es el de lugar físico, emplazamiento, en oposición al de espacio, entendido como tiempo, que define la ocupación en los medios de comunicación persuasiva de masas.

Aunque el medio exterior es considerado por los profesionales de la planificación como un medio secundario, que complementa perfectamente con medios como la televisión, prensa y revistas, es un medio cuyo rasgo identificador, el gran impacto visual, pone en tela de juicio ese papel secundario al que hacíamos referencia. Además, sus puntos fuertes, entre los que destacan el alcance directo, la flexibilidad, el estar activo siempre, el recuerdo, la síntesis de conceptos… etc., cuentan cada día con un mayor peso específico en la necesidad de justificar planificaciones de un medio que todavía es considerado como el gran desconocido (Breva, 2012).

2. Las inversiones en el medio exterior

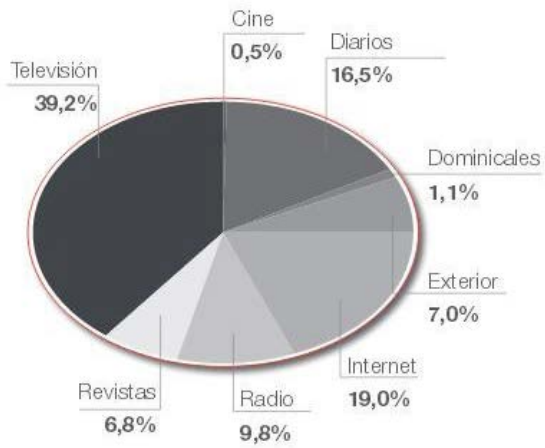


Fig. 1 – Inversión de los distintos medios convencionales en el año 2012 según el informe Infoadex 2013. Fuente: http://www.infoadex.es/InfoAdex_Resumen_Est_Inv_2013.pdf

La publicidad exterior se incluye en el grupo de los denominados medios convencionales. La inversión publicitaria en el total del mercado en 2013 fue de 10.461,3 millones de euros, frente a los 10.858,8 millones registrados en 2012, lo que supone una caída del 3,7%, e Internet es el único medio dentro de los convencionales con comportamiento positivo ya que crece el 1,8 %[1].

El primer puesto en volumen de inversión continúa ocupándolo la televisión, ya que sitúa su participación en el 40 % del conjunto de medios convencionales, si bien ha experimentado un descenso del 6,2 % en la inversión, pasando de 1.815,3 millones de euros en 2012 a 1.703,4 millones el pasado año. De las televisiones nacionales en abierto, el grupo Mediaset España encabeza el ranking de inversión publicitaria, con 745 millones de euros, seguido de Atresmedia, con 725 millones –ambos grupos acaparan más del 85 % de la cuota de mercado– y Disney Channel, con 24,9 millones.

El segundo puesto en inversión lo ocupa Internet, con un 19% de inversiones respecto al conjunto de los medios convencionales.

El tercer puesto en inversión lo ocupan los diarios con un volumen inversión publicitaria de 662,9 millones de euros, que representa el 15,6 % de la inversión en medios convencionales, y que supone un descenso del 13,5 % respecto a 2012, cuando se invirtieron 766,3 millones.

El medio radio –cuarto puesto– recibió en 2013 una inversión de 403,6 millones de euros, un 11 % menos que los 453,5 millones de euros de 2012.

Le siguen la publicidad exterior (con un volumen de 282 millones que suponen un descenso del 13,6 %), las revistas (253 millones, -19,1 %), los dominicales (38,7 millones, -25,6) y el cine (20,2 millones y -10,1 %).

Centrándonos en este medio exterior, presentamos la inversión por soportes:

INVERSIÓN REAL ESTIMADA (en millones de euros)
Todos los Medios - Años 2012 / 2011 / 2010 / 2009 / 2008 / 2007

MEDIOS CONVENCIONALES		2012	%12/11	2011	2010	2009	2008	2007
Cine	Cine	22,5	-12,7	25,8	24,4	15,4	21,0	38,4
Diarios	Diarios	766,3	-20,8	967,0	1.124,4	1.174,1	1.507,9	1.894,4
Dominicales	Dominicales	52,0	-22,5	67,1	72,2	68,9	103,9	133,5
Exterior	Carteleras	52,2	-11,9	59,2	65,1	69,1	88,8	100,4
	Lonas	12,1	-4,5	12,7	14,2	19,6	28,0	31,9
	Luminosos	10,9	-19,5	13,5	15,0	16,7	17,9	19,5
	Mobiliario (exterior + interior + cabinas)	155,6	-15,5	184,1	198,1	182,5	233,9	255,8
	Monopostes	18,1	-10,1	20,1	21,9	23,2	30,5	32,1
	Transporte	70,7	-20,1	88,5	88,2	80,2	105,9	112,3
	Otros	6,8	-59,2	16,7	18,3	10,1	13,3	16,1
	Total Exterior	326,3	-17,3	394,8	420,8	401,4	518,3	568,0
Internet (*)	Enlaces patrocinados	462,5	0,6	459,9	417,2	356,4	324,4	237,7
	Formatos gráficos (**)	418,0	-4,9	439,3	381,7	297,7	285,6	244,7
	Total Internet	880,5	-2,1	899,2	798,8	654,1	610,0	482,4
Radio	Radio	453,5	-13,6	524,9	548,5	537,3	641,9	678,1
Revistas	Inform. general, femeninas, ... (***)	183,1	-14,3	213,6	218,8	212,8	326,5	385,6
	Otras	130,6	-22,1	167,5	179,0	189,1	290,9	336,2
	Total Revistas	313,7	-17,7	381,1	397,8	401,9	617,3	721,8
Televisión	Canales de pago	43,1	-28,4	60,2	65,0	50,0	56,1	60,1
	TV. autonómicas	126,8	-36,0	198,0	272,6	237,7	319,6	354,7
	TV. locales	1,5	-25,0	2,0	5,5	9,1	37,9	50,9
	TV. nacionales en abierto	1.643,9	-16,8	1.977,0	2.128,8	2.081,1	2.668,8	3.002,9
	Total Televisión	1.815,3	-18,9	2.237,2	2.471,9	2.377,8	3.082,4	3.468,6
	SUBTOTAL MEDIOS CONVENCIONALES	4.630,0	-15,8	5.497,1	5.858,8	5.630,9	7.102,8	7.985,1

Fig. 2 – Inversión de medios convencionales y publicidad exterior detallada por soportes según el informe de Infoadex 2013. Fuente: http://www.infoadex.es/InfoAdex_Resumen_Est_Inv_2013.pdf

[1] EFE (2014). La publicidad cae un 3,7% en 2013 e internet es el único medio que crece. *La razón* (2014, 26 de febrero).

3. La integración de la publicidad en el paisaje urbano. Aspectos positivos y negativos

La excesiva iluminación comercial, en carteles y propagandas, que cualquier ciudad importante ostenta contribuye muchas veces a una dispersión de la atención y, según el caso, a un posible aumento de la excitabilidad del individuo al verse sometido a tan profuso acoso visual. Al llegar al hogar y, casi automáticamente, encender la televisión, la contaminación visual invade al hombre contemporáneo a través de programas de nulo valor educativo e intelectual, apoyados muchas veces en métodos sensacionalistas que producen, a la larga y por habituación, una marcada distorsión en el pensamiento del individuo, que tiende a asumir como normales, porque así se los presenta la publicidad, ciertas actitudes o modelos de vida que, lejos de edificar en él una personalidad moralmente sólida, la desvían y confunden (Vanney, 2014). Por lo tanto, la saturación a la que en ocasiones se ve sometida el consumidor afecta a la visión negativa que puede tener de la actividad publicitaria en general y de la publicidad exterior en particular.

A diferencia de otras publicidades, que permiten elegir mirar o no, los carteles utilizan el espacio público, lo que implica que son vistos por todo tipo de personas, de cualquier edad. Ello debería imponer una responsabilidad mayor para que los mensajes no sean ofensivos. No hay oportunidad de dar vuelta la página, dejar una revista o hacer zapping. No existen horarios de protección al menor. Están allí, día y noche, y en muchos casos es imposible pasar junto a ellos sin verlos. Los carteles de la vía pública eliminan así la posibilidad de elegir, convirtiéndose en una verdadera violación a nuestra privacidad. La contaminación visual no es tan sólo un problema de estética, sino que puede afectar tanto a la salud psicofísica como al desenvolvimiento de la conducta humana y a la eficiencia laboral. En última instancia, tiene que ver con la calidad de vida.

Esta realidad de la publicidad, omnipresente en la vida moderna, plantea el interrogante sobre cuál debe ser la actitud no sólo de la empresa publicitaria, sino de toda empresa en tanto y en cuanto utiliza esos medios para divulgar sus productos y darse a conocer como tal. A modo de aproximación, se puede afirmar que en la medida en que una empresa obtiene beneficios por medio de la publicidad es también responsable de las consecuencias de su utilización. Visto el argumento en positivo, la empresa, actor social de primer orden en la sociedad de hoy, puede utilizar su presencia para construir una sociedad más humana.

Entre las ventajas de la publicidad exterior se encuentran (Lobato, 2005: 130):

- La publicidad exterior constituye un valioso complemento a las campañas publicitarias lanzadas en otros medios de comunicación: televisión, radio, prensa. En este sentido, la publicidad en el exterior constituye un buen recordatorio de los mensajes lanzados en otros soportes y un importante refuerzo de los mismos. Vallas y carteles se colocan en la calle junto a establecimientos comerciales por lo que se pueden considerar el último impacto que recibe el consumidor antes de realizar el acto de compra.
- Salvo en recintos cerrados, se trata de un medio activo las veinticuatro horas del día los siete días de la semana.
- Colocada en lugares estratégicos consigue que su público objetivo tenga un gran número de impactos; como por ejemplo, la publicidad en estadios de fútbol.
- La publicidad exterior, puede dirigirse a determinados segmentos difíciles de abordar de otro modo: los jóvenes, trabajadores que pasan mucho tiempo fuera de casa que apenas tienen tiempo de ver la televisión ni leer soportes impresos (transportistas, viajantes, etc.).
- Su bajo coste por mil (CPM) la hace asequible para cualquier tipo de campaña.

Algunas de las desventajas de la publicidad exterior pueden ser (Pacheco, 2000: 224):

- Es un medio limitado. La publicidad exterior se resume en un impacto visual, no admite largas argumentaciones de ventas ni siquiera una adecuada presentación de producto.
- Escaso nivel de atención. Las personas no se fijan en los carteles y otros impactos visuales, simplemente posan su mirada sobre ellos.
- No se puede enfocar a un segmento de público en particular. Se puede decir que se dirige a todas las personas en general y a ninguna en particular.
- Problemas de ubicación. Es complejo elegir las mejores localizaciones que suelen estar copadas por los grandes anunciantes.
- Su impacto en la compra o reconocimiento del producto o marca son difíciles de medir.
- Inexistencia de un marco legal uniforme. En España no existe un marco legal uniforme para el desarrollo de la

actividad. Muy posiblemente, la falta de fluidez en las relaciones del medio exterior con la Administración Central ha sido la causa de que no se hayan establecido unos criterios comunes y consensuados para el desarrollo de la publicidad exterior a nivel nacional.

4. Publicidad y paisaje urbano

El concepto de "paisaje urbano" se ha consolidado en nuestra cultura durante los últimos cuarenta años tras la publicación de una obra del arquitecto Gordon Cullen a finales de los años cincuenta en que introduce el término "tonwscape" y analiza los fenómenos visuales, perceptivos y constructivos que se dan en la ciudad (Cullen, 1974). En dicha obra, Cullen expone de forma muy simple y gráfica lo que entiende por paisaje urbano: "Si alguien me preguntara en qué consiste el paisaje urbano, le respondería que, en mi opinión, un edificio es arquitectura y que dos edificios son ya paisaje urbano", (Cullen, 1974: 133). Se trata, por tanto, de la adición de los elementos existentes en la ciudad ante los que el observador, residente o visitante de una ciudad, no "pasa" simplemente y contempla (como ocurriría con un cuadro, por ejemplo) sino que "entra" o "sale" de ellos. Cullen considera que la ciudad se percibe mediante una sucesión de escenas en las que el individuo va entrando, y estas escenas encadenadas –a las que denomina "visión serial"– producen una sensación determinada en el observador. La imagen que el paseante se forma a partir de la percepción del entorno está determinada, por tanto, por las características del ambiente urbano con el que el individuo entra en relación. Algunos autores apuntan que dicho ambiente debe otorgar a quien lo contempla diversas opciones con la finalidad de aumentar la calidad de las sensaciones hacia la ciudad. Así, Lynch habla de "incrementar la profundidad y sutileza de las sensaciones y conferir ese placer inmediato y ese bienestar que acompaña a la percepción vivida…" (Lynch, 1992: 26).

Por otra parte, la apariencia de la ciudad refleja las características de sus habitantes: "Las formas de la ciudad son espejos de las ambiciones de personas y de la civilización que las construye" (Johnson, 1997: 15). Nos hallamos, por tanto, ante un medio que, a diferencia de lo que ocurre con los otros medios publicitarios convencionales –televisión, prensa, radio, suplementos, revistas, cine e internet– está constituido por realidades tangibles, que poseen una entidad física y un volumen determinados. Así por ejemplo, las carteleras o el mobiliario urbano con publicidad forman parte del paisaje urbano y "ocupan" un espacio determinado en él de forma permanente. Precisamente, su capacidad para impactar a la audiencia radica en su ubicación en el entorno en que se desarrolla la vida de los ciudadanos (Pacheco, 2007).

Como subsistema integrante del hábitat urbano, los soportes que conforman el medio exterior no son ajenos al proceso evolutivo que experimentan las ciudades. El carácter dinámico de factores demográficos, urbanísticos y económicos ocasiona una modificación del entorno urbano que incide directamente en el desarrollo del medio.

Pero la defensa del medio ambiente no ha estado siempre entre las prioridades de desarrollo de la publicidad exterior. Durante los años 70, la ausencia de una normativa que regulara la publicidad exterior de un modo preciso, la facilidad para entrar en el 'negocio' de las carteleras así como los pingües beneficios que éste reportaba, contribuyeron a una proliferación de pseudoempresas de publicidad exterior cuyas políticas de enriquecimiento a corto plazo dieron lugar a actuaciones muy poco ortodoxas. La transición democrática y las primeras convocatorias electorales fomentaron esa situación caótica que se tradujo en un crecimiento desmesurado del número de carteleras junto a una instalación arbitraria de las mismas. Paralelamente, una creciente preocupación por los problemas ambientales iba calando en la sociedad. En general, el movimiento ecologista español ha seguido un camino vacilante en el sentido de la acción y en sus características ideológicas. La polémica entre los conservacionistas y los ecologistas políticos no ha dejado de existir y en muchos grupos sigue constituyendo el reto de existencia de los mismos. Por todo ello, en la actualidad se puede afirmar que la integración de los soportes en el entorno urbano ocupa un lugar preponderante en las estrategias empresariales de las compañías de publicidad exterior.

5. La evolución formal y funcional del cartel comercial

La publicidad exterior es el medio más antiguo utilizado por el hombre para difundir sus mensajes publicitarios. Históricamente, el soporte más representativo ha sido el cartel. En 1900 Capiello le dio una visión claramente publicitaria y su técnica evolucionaría en nuestras actuales vallas publicitarias (García Uceda, 2001: 296). En su calidad de medio más antiguo, la publicidad exterior aprovecha su naturaleza intrínseca como 'señal' y también las características modernas del diseño gráfico y de la tecnología. Gracias a esta última, los anunciantes pueden hacer cosas en los espacios abiertos que hace unos cuarenta años ni siquiera habrían

soñado. Además, ningún otro medio puede captar la atención de los conductores y de los peatones las 24 horas del día, 7 días a la semana (Arens, 2000: 542).

Pero desde la incipiente valla de papel pegado hasta las pantallas electrónicas que iluminan las grandes urbes ha habido mucho camino por recorrer. Este tipo de publicidad ha sido objeto de diversas y numerosas críticas en la mayoría de los países. Una de las más fuertes está ligada a sus aspectos paisajísticos y medioambientales, considerándola como una plaga para el entorno paisajístico.

El medio exterior es extraordinariamente heterogéneo, tanto por las características específicas de los soportes como por sus distintas posibilidades de emplazamiento y creativas para atraer la atención. El cartel comercial es el elemento precedente de la valla publicitaria y esto origina la "metamorfosis" que da lugar al progresivo abandono del cartel publicitario clásico –cuyo diseño estaba vinculado a la personalidad del artista independiente– y la aparición de un nuevo cartel –expuesto en la cartelera– sometido a las exigencias de la eficacia publicitaria y, por esa razón, supeditado al espíritu del producto y su identidad corporativa (Ortega, 2004: 133).

A finales del siglo XIX esta publicidad exterior conoce un espectacular auge, gracias a dos hechos de primordial importancia:

a) el nacimiento del cartelismo artístico a color[2] (uno de los primeros soportes de que se ha valido la publicidad dirigida a construir imágenes de marca) y

b) el desarrollo de los anuncios luminosos[3] que van a caracterizar desde entonces a la ciudad moderna[4]: primero en Nueva York (Broadway, Times Square) y luego en Londres (Piccadilly Circus), París[5], Berlín, Madrid…

De modo que, a través de estos soportes, la publicidad exterior se adecúa a la noción moderna y hoy operativa de publicidad, como instrumento dirigido a la construcción de imágenes de marca (las cuales permitan distinguir productos idénticos o similares entre sí y cuya construcción pasa a ser la función principal de la actual publicidad). Ya en el siglo XX se establecen las estructuras de la publicidad exterior hoy en día vigentes, comenzando por la transformación del cartel callejero en las actuales vallas publicitarias (billboard) –cuya misión principal ya no es anunciar productos, sino publicitar marcas– y por el establecimiento de las primeras empresas de publicidad exterior en el sentido moderno del término (EE.UU., tras la primera guerra mundial; España, ya en los años 50). Vallas éstas a las que se han ido agregando, sucesivamente, la publicidad móvil en los vehículos de transporte público, el mobiliario urbano (cuyos precedentes, como hemos visto, están en el siglo XIX), las marquesinas y opis, los grandes murales publicitarios que a veces ocupan toda la fachada de un edificio, las cabinas telefónicas,…

De este modo, la publicidad exterior ha dado muestras a lo largo de la historia de una ingente creatividad, que en la actualidad se manifiesta a dos niveles básicos: 1) en el terreno de la elaboración del mensaje publicitario, sintetizando en una frase y una ilustración la imagen de marca que la publicidad construye de modo que ésta sea percibida con una sola ojeada; y 2) en el ámbito de los medios, a través de la continua creación de nuevos soportes de publicidad exterior: opis, mupis, autobuses-anuncio, instalaciones especiales, lonas gigantes cubre-edificios, replanteamiento de las cabinas telefónicas como soportes, incluso señalizaciones ante monumentos indicando el sitio más adecuado para tomar fotografías… De modo que, a estos dos niveles, la publicidad exterior se revela como un medio eminentemente creativo (Caro, 1999).

Los carteles de los anuncios presentan básicamente imágenes; por una parte, para llegar a la población no sabía leer y por otra, para transmitir un mensaje asociación de ideas al presentar imágenes relativas al negocio o su denominación. La litografía impulsó la actividad publicitaria permitiendo una mayor creatividad en el

[2] El primer cartel litográfico de carácter comercial fue el de Chéret en 1867 para el Bal Valentino. Otros cartelistas importantes fueron Bonnard, Toulouse-Lautrec, Mucha, Cappiello, Ramón Casas… El auge del cartelismo a finales del siglo XIX y comienzos del XX dio lugar al nacimiento en París de las primeras empresas especializadas en fijación de carteles.

[3] El primer anuncio luminoso que se conoce, iluminado por gas hidrógeno, fue el del café des Muses, que se inauguró en París en 1825. El primer anuncio luminoso eléctrico fue la gran "K" de Kodak que se iluminó en París hacia 1880.

[4] Juan Ramón Jiménez expresaba así en 1916 su asombro ante los anuncios luminosos de Broadway:
"Broadway. La tarde. Anuncios mareantes de colorines sobre el cielo. Constelaciones nuevas. El Cerdo, que baila, verde todo, saludando con su sombrero de paja, a derecha e izquierda. La Botella, que despide, en muda detonación, su corcho colorado, contra un sol con boca y ojos. La Pantorrilla eléctrica, que baila sola y loca, como un rabo separado de una salamanquesa. El Escocés, que enseña y esconde su whisky de reflejos blancos. La Fuente, de aguas albas y naranjas, por cuyo chorro pasan, como en una culebra, prominencias y valles ondulantes de sol y luto, eslabones de oro y hierro (que trenza un chorro de luz y otro de sombra…). El Libro, que ilumina y apaga las imbecilidades sucesivas de su dueño. El Navío, que, a cada instante, al encenderse, parte, cabeceando, hacia su misma cárcel, para encallar al instante en la sombra… Y…
-¡La luna! (…) ¿Es la luna, o es un anuncio de la luna?".

[5] En 1925 un anuncio luminoso de Citroën cubrió toda la torre Eiffel.

diseño y otorgando un gran protagonismo al dibujo publicitario al que se acercaron grandes pintores como Toulouse Lautrec. Actualmente, las nuevas tecnologías permiten una gran variedad de manifestaciones publicitarias: vallas publicitarias móviles, iluminación interior de vallas, grandes carteles luminosos, juegos de luces, etc. (Hans-Jürgen, 2013). Por lo tanto, la aparición del cartel comercial los estudiosos la sitúan en 1890 y contextualizan este hecho con determinados factores económicos, urbanísticos y estéticos. Desde la perspectiva de la evolución funcional del cartel es interesante comprobar cómo razones de tipo económico y la aparición de nuevos medios publicitarios han motivado que, de un único medio para publicitar, el cartel haya pasado a ser un soporte más de las actuales campañas multimedia.

El cartel comercial es comunicación, pero ante todo, comunicación persuasiva, es decir, se pretende convencer al receptor del mensaje para que actúe (esencialmente para que compre) y posee un alto grado de iconicidad.

Otro tipo de acciones publicitarias relacionadas íntimamente con la publicidad exterior, puesto que se desarrollan en el ámbito público, son las denominadas bajo el término, *ambient media* que también recibe otras denominaciones como *ambient marketing*, *marketing radical*, *extreme marketing* o *feet-on-the-street*. Es un término acuñado por Houghton Mifflin en 1984 y que se define como la consecución de los objetivos de *marketing* planteados a través de métodos poco convencionales[6]. Tanto en Europa como en EEUU, las acciones de *ambient marketing* han alcanzado una madurez todavía no lograda en España, aunque son técnicas que cada día se utilizan con más frecuencia.

Por *ambient marketing o ambient media* se entiende la publicidad no convencional en soporte exterior que utiliza espacios innovadores y recursos como la tecnología *bluetooth* o RFID (identificación por radio frecuencia). Los soportes *ambient media* se colocan en el entorno cotidiano de los consumidores y resultan sorprendentes, ya sea por su emplazamiento o forma, o por sus posibilidades de interacción[7]. Según Olamendi (2008), el *ambient media* es la respuesta a la creciente falta de interés que generan los espacios de publicidad convencional integrándose en el espacio urbano. Se funde con el entorno, forma parte del lugar y de su propia idiosincrasia. Es un canal que no está saturado, que interactúa con la gente bajo el efecto sorpresa. De esta manera, las campañas no se limitan ya a los medios tradicionales de difusión, sino que comienzan a salir de las pantallas de televisión para impactar al consumidor potencial en su vida cotidiana. Es la 'vida real'. El ingenio es la mejor herramienta para atraer al público con novedosas ideas. Consigue atrapar al observador y que éste aprecie de manera clara e inequívoca el mensaje que se desea transmitir (Méndez, 2007).

Una de las claves del desarrollo del medio exterior está en conocer exactamente la rentabilidad que tiene para los anunciantes invertir en este medio. Actualmente sigue siendo un campo por explorar. Técnicas de medición de audiencias como las de Copland se quedan obsoletas en un mundo que está sobresaturado de estímulos publicitarios. El análisis de la eficiencia de las campañas publicitarias de exteriores se vuelve complicado y además es un proceso caro para el grado de fiabilidad que proporciona. Actualmente existen en Europa tres grandes estudios de audiencia de exteriores: Postar, Afimetic y Geomex. Su objetivo es que los planificadores puedan tratar a la publicidad exterior del mismo modo que tratan a los otros medios, pero es precisamente la falta de rigor lo que paraliza la tarea investigadora del medio (Gómez Nieto, 2010).

6. A modo de conclusión

El medio exterior tiene un importante desafío en un contexto de creciente competitividad, no sólo entre los medios convencionales sino también entre éstos y los no convencionales, con la creciente pujanza del marketing directo y la publicidad en Internet. Para ello, el medio es preciso que sepa detectar la problemática y emprenda acciones concretas tratando de resolverla. Deberá ser capaz de anticiparse a las amenazas provenientes del entorno y aprovechar las oportunidades coyunturales que éste le ofrezca, potenciando las características positivas inherentes al propio medio.

La publicidad exterior ha experimentado una notable evolución, tanto en lo relativo a aspectos técnicos, formales y funcionales, y sigue haciéndolo puesto que se reinventa continuamente con nuevas fórmulas creativas y eficaces.

La integración en el paisaje urbano es ya un hecho, forma parte del hábitat cotidiano del consumidor y es por ello que las organizaciones confían en ella para impactar y llamar la atención del viandante. Pero esta llamada de atención no debe hacerse a toda costa, sino respetar la normativa y leyes relativas a paisaje urbanístico que haya en cada comunidad autónoma o incluso en cada ayuntamiento, puesto que como se ha mencionado no

[6] Sin código de barras (2008, abril). ¿Qué es el ambient marketing?

[7] Marketingdirecto.com (2008). *Guerrilla, viral, ambient… Innovar para destacar.* Consultado el 2 de octubre de 2008 en http://www.marketingdirecto.com/noticias/noticia.php?idnoticia=24455.

existe una normativa que regule la publicidad exterior a nivel nacional. Por lo tanto la integración en el paisaje urbano del medio exterior no está reñida con la eficacia buscada por los anunciantes, sino que éstos y las empresas publicitarias están obligadas a desarrollar acciones en las que el medio exterior forme una simbiosis perfecta con el entorno del ciudadano, de este modo el consumidor no concebirá las acciones publicitarias como un elemento intruso que destruye y contamina su entorno.

7. Bibliografía

Arens, W. F. (2000). *Publicidad*. Traducción de Rosa María Rosas Sánchez. México: McGraw Hill.

Bori, R. y Gardó, J. (1936). *Tratado completo de publicidad y propaganda*. Barcelona: J. Montesó.

Breva Franch, E. (2012). "¿Qué hace diferente al medio exterior?" en *Jornades de Foment de la Investigació. Universitat Jaume I*. Consultado el 7 de febrero de 2014 en http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi11/25.pdf.

Caro, A. (1999). *La creatividad en el medio exterior.* Consultado el 5 de marzo de 2014 en http://www.academia.edu/2111540/La_creatividad_en_el_medio_exterior.

Cullen, G. (1974). *El paisaje urbano*. Barcelona: Blume.

EFE (2014). "La publicidad cae un 3,7% en 2013 e internet es el único medio que crece" en *La razón* (2014, 26 de febrero). Consultado el 5 de marzo de 2014 en http://www.larazon.es/detalle_normal/noticias/5676040/sociedad+comunicacion/la-publicidad-cae-un-3-7-en-2013-e-internet-es-el-unico-medio-que-crece#.Ttt1AvfUPT62Snn.

García Uceda, M. (2001). *Las claves de la publicidad*. Madrid: Esic.

Gómez Nieto, B. y Puentes Sánchez, B. (2010). "Publicidad exterior. Del papel al led" en *Revista Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, *82*. Consultado el 15 de marzo de 2014 en http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2010012812110001&activo=6.do

Hans-Jürgen, T. (2013). "Immer mit einem Lächeln auf den Lippen! Die bunte Fotoflut im Straßenbild" *Kulleraugen Vis.Komm 43*, Schellerten.

Johnson, W. C. (1997). *Planning and politics*. Chicago: American Planning Association.

Infoadex (2013). Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2013. Consultado el 12 de marzo de 2014 en http://www.infoadex.es/InfoAdex_Resumen_Est_Inv_2013.pdf

Lynch, K (1992). *La administración del paisaje.* Colombia: Grupo Editorial Norma, Colombia.

Méndez, R. (2007). *La publicidad exterior en su punto.* Consultado el 10 de noviembre de 2008 en http://miraloqueveo.com/2007/12/28/la-publicidad-exterior-en-su-punto/.

Pérez Ruiz, M. A. (1996). *Fundamentos de las estructuras de la publicidad*. Madrid: Síntesis.

Prat Gaballí, P. (1953). *Publicidad combativa*. Barcelona: Editorial Labor.

Lobato Gómez, F. (2005). "Capítulo 8. Promoción visual" en *Marketing en el punto de venta* (pp. 123-136), Madrid: International Thomson Editores Spain Paraninfo, S.A.

Marketing directo.com (2008). *Guerrilla, viral, ambient… Innovar para destacar.* Consultado el 2 de octubre de 2008 en http://www.marketingdirecto.com/noticias/noticia.php?idnoticia=24455

Olamendi, G. (2008). *Ambient media.* Consultado el 10 de noviembre de 2009 en http://www.estoesmarketing.com/Comunicacion%20alternativa/Ambient%20Media.pdf.

Ortega, E. (2004). *La comunicación publicitaria*. Madrid: Pirámide.

Pacheco, M. (2000). *Cuatro décadas de publicidad exterior en España.* Madrid: Ciencias Sociales.

—. (2007). "Publicidad y falsedad en el paisaje urbano. Hacia una convivencia sostenible" en Méndiz Noguero, A. y Cristófol Rodríguez, C. (Coord), *Falsedad y comunicación: publicidad engañosa, información falsa, imagen manipulada* (pp. 75-84). Consultado el 15 de marzo de 2014 en http://www.academia.edu/3885896/Publicidad_y_falsedad_en_el_paisaje_urbano_hacia_una_convivencia_sostenible. Consultado el 05/03/2014.

Palomares Borja, R. (2009). "Capítulo 3. La arquitectura del establecimiento comercial" en *Merchandising. Teoría, práctica y estrategia* (pp. 97-135). Pozuelo de Alarcón, Madrid: ESIC Editorial.

Sin código de barras (2008, abril). *¿Qué es el ambient marketing?* Consultado el 19 de enero de 2014 en http://sincodigodebarraspublicidad.blogspot.com/2008/04/qu-es-el-ambient-marketing.html.

Vanney, A. (2014). *Responsabilidad social corporative y publicidad responsable*. Consultado el 28 de febrero de 2014 en http://es.catholic.net/empresarioscatolicos/436/1322/articulo.php?id=24069.

VV.AA. (1988). *Ley General de Publicidad. Ley 34/1988 (art. 2).* Consultado el 19 de marzo de 2014 en http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/l34-1988.t1.html#a2.

ÍNDICE ▷

SAN SEBASTIÁN: EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE COMO PIEZA CLAVE DE LA MARCA CIUDAD

Cristina González Oñate
Universidad Jaume I

1. Introducción

En la actualidad, el turismo es una pieza fundamental en el desarrollo económico en el panorama mundial y cobra especial importancia en países que tienen un amplio número de experiencias que ofrecer a quienes los visiten como es el caso de España. A pesar de ser un sector con gran volumen de negocio, la oferta existente es muy superior a la demanda por lo que los distintos territorios compiten entre sí para lograr la atracción de sus potenciales visitantes. Hoy en día, y gracias a las nuevas tecnologías de la información, éstos cada vez se encuentran más informados acerca de los distintos destinos de los que disponen. Se entra, por tanto, en un proceso en el que los territorios se ven obligados a dotarse de valores únicos tanto tangibles como intangibles que los diferencien del resto de competidores con el fin de hacerse visibles y prevalecer sobre la numerosa oferta que era comentada con anterioridad. El turismo repercute así contribuyendo a la obtención de mayores beneficios económicos lo que resulta muy positivo dado el difícil contexto de crisis actual en el que se hallan los mercados.

Para conseguir este objetivo, algunas ciudades utilizan los acontecimientos especiales o eventos como elementos estratégicos que les reportan una gran notoriedad al convertirse en muchas ocasiones en fuente de noticia para los medios de comunicación de masas. Así pues, en nuestro país se encuentra una ciudad que reúne todo lo descrito más arriba: San Sebastián, la cual cuenta con el Festival Internacional de Cine. El presente documento pretende aportar luz haciendo una contribución a este campo de conocimiento: el de la marca-ciudad y su relación con los acontecimientos especiales.

2. Hipótesis, objetivos y metodología aplicada

La hipótesis desde la que se parte es la siguiente: tanto la marca-ciudad San Sebastián como la marca-acontecimiento Festival Internacional de Cine de esta misma ciudad, son dos realidades comunicativas intrínsecamente ligadas. Asimismo se parte de la creencia de que el festival ha supuesto una renovación del territorio creando en torno a él nuevas realidades ciudadanas que dotan de vida y dinamismo al lugar y que la posicionan en la mente de los potenciales visitantes como un territorio cultural (hecho que se ve propiciado al ostentar la ciudad el título de capitalidad europea de la cultura 2016).

El objetivo principal que se persigue con la presente investigación es el siguiente: determinar el impacto que ha supuesto para San Sebastián la celebración anual del Festival Internacional de Cine.

Los objetivos secundarios, por su parte, son enumerados a continuación:

- Verificar el feedback entre la marca-ciudad y la marca-acontecimiento de San Sebastián.
- Evaluar los cambios producidos en dicha ciudad a raíz del festival.

Tras esta introducción, el presente documento cuenta con tres bloques fundamentales. En el primero de ellos, se sientan las

bases teóricas sobre las que parte esta investigación a través de un estudio de la literatura ya existente sobre el tema. El segundo bloque, a su vez, se encuentra dividido en dos partes. La primera estará dedicada a la ciudad de San Sebastián y su estudio desde la perspectiva de la marca-territorio mientras que en la segunda se focalizará el análisis sobre el Festival Internacional de Cine de la misma ciudad. Este segundo bloque recogerá los resultados del análisis de la comunicación de estas dos realidades y que, en definitiva, constituye el núcleo de este trabajo. Como consecuencia de lo anteriormente descrito, una última parte recogerá las conclusiones que se desgranen de los análisis realizados.

3. Los activos intangibles: la marca territorio como factor estratégico

En la cultura del dato y la información en la que conviven las organizaciones hoy en día, los intangibles posiblemente sean en la actualidad el recurso con mayor potencial de ventajas competitivas empresariales (Recio, 2005: 15). Pero en este sentido, ¿qué es un intangible? Existen multitud de dilucidaciones al respecto y, parece ser que los académicos no han llegado a un consenso a la hora de establecer una definición del término. A pesar de todo, y con matices, todos giran en torno a una misma idea.

En palabras de Eusebi Nomen "un activo intangible es un activo que carece de propiedades físicas o normativas que limiten cuantitativamente las utilidades percibidas en el activo" (Nomen, 2005: 32). Esta explicación refleja el abandono del campo material y se centra en las utilidades. Y es que, a pesar de no pertenecer al mundo físico y de no aparecer en los libros de contabilidad y finanzas (posiblemente debido a la dificultad de cuantificarlos), existen leyes que los protegen y regulan.

Asimismo, resulta interesante la aserción que realiza Blair sobre el concepto, ya que tiene en consideración el factor de sacar provecho de estos intangibles refiriéndose a ellos como "factores no físicos que contribuyen o son empleados en la producción o provisión de servicios o que se espera generen futuros beneficios productivos a los individuos o empresas que controlan el uso de tales factores" (Blair, 2000: 12). Con ellos, las organizaciones tienen un plus, un valor añadido y único que les permite una clara diferenciación de sus competidores. No obstante, las empresas no siempre son conscientes del hecho de que "configurar una buena y adecuada base de capital intangible puede ser la clave de su supervivencia y expansión futura" (Recio, 2005: 15). Sobre todo, en el contexto actual de crisis donde se desenvuelven, el gozar de una ventaja competitiva diferenciada facilita la tarea de pelear ferozmente por un hueco en el mercado. Por tanto, resulta de vital importancia considerar la afirmación tajante que realiza María Luisa Recio: "se observa una clara relación inversa entre la intensidad en intangibles y el nivel de endeudamiento" (Recio, 2005: 223).

Hay que trabajar en ellos aunque cada empresa ejerza una gestión específica de los intangibles conforme a las circunstancias en las cuales opere. Es preciso tener en cuenta que los activos intangibles deben estar alineados con la estrategia empresarial para crear valor. En este sentido, "el rol estratégico de los activos intangibles no se puede tratar de forma aislada. Se requiere un programa que respalde la mejora de todos los activos intangibles de la empresa de forma integrada" (Kaplan, 2004: 241). Es necesaria la creación de sinergias entre los distintos elementos con el objetivo de que exista coherencia entre ellos y remen en un mismo sentido. Es por ello que el desarrollo y gestión de los activos intangibles se encuentran ligados a la utilización prolífera de las nuevas tecnologías de información y la comunicación.

4. La marca ciudad como activo intangible y estratégico

El turismo es, en la actualidad, una de las actividades económicas más fructíferas a nivel mundial. Con la crisis económica de finales del siglo XX, se produce un cambio de paradigma en la gestión de las ciudades y la comunicación del sector evoluciona en la medida que lo hace el entorno. La industria turística ha experimentado una profunda transformación en los últimos años debido al desarrollo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación que han posibilitado la aparición de elementos en la red como portales que ofrecen paquetes de viajes o las líneas aéreas *lowcost*. Todo ello hace que el potencial turista disponga de multitud de información sobre múltiples destinos lo que desencadena una competencia feroz para lograr ser los elegidos por los visitantes.

Con este panorama, las ciudades asumen la idea de que quedan diluidas en un mar de información y que los métodos utilizados hasta entonces quedan obsoletos. Por tanto, cada vez resulta más necesario que las ciudades analicen en qué reside su ventaja competitiva, para lograr así un mayor crecimiento y rentabilidad económica y social, lo que conduce a utilizar técnicas de gestión empresarial, que, como el marketing, permitirán incrementar

esta ventaja, pasando a una nueva forma de administración de la ciudad basada en la creación de valor y en un nuevo modelo de relación con los clientes (Elizagarate, 2008: 23).

Las ciudades se ven forzadas a "pensar estratégicamente, a tener en cuenta la competencia, el entorno, la demanda: surge la planificación estratégica urbana" (Seisdedos, 2007: 145). En este contexto, surge el citymarketing, una filosofía de gestión urbana que va más allá de la promoción, por lo que no siempre es aplicado por las instituciones de un modo correcto. Las cuatros "P" del mix de marketing se extrapolan del siguiente modo: oferta territorial (product), localización (place), precio del suelo y de los servicios (price) y comunicación territorial (promotion). A las que, según George Benko hay que añadir dos más: poderes públicos (power) y opinión pública (public). El apoyo de los órganos institucionales del territorio en cuestión es una pieza clave para el buen desarrollo de la marca ciudad. Deben creer firmemente en el proyecto y respaldarlo dejando atrás diferencias políticas con otros grupos o partidos, de modo que todos remen en la misma dirección y la marca disfrute de estabilidad gracias a la coherencia entre los distintos discursos y acciones llevadas a cabo. Es de vital importancia tener en cuenta a los públicos internos en su totalidad. Los ciudadanos

> (…) quieren saber, quieren opinar. Es y será su ciudad. Y algunos quieren y deben formar parte del equipo (…) Los ciudadanos deben conocer y comprender por qué apostamos, en qué sectores se quiere ser más competente, en qué podemos realmente serlo, en qué nos vamos a diferenciar más de otras ciudades del entorno (Puig, 2009: 168).

Los propios ciudadanos deben sentirse identificados con el proyecto y sentirse parte de la ciudad ya que éstos son los mejores prescriptores de la misma. Además, serán las personas con las que los futuros turistas interactúen en sus visitas. Por tanto, una parte de la comunicación debe ir dirigida a este grupo mediante un mensaje que informe de los beneficios a través de un lenguaje claro, directo y sencillo.

En este contexto, resulta interesante la distinción que hace Toni Puig del citymarketing. Este autor incluye cuatro "C" cardinales en lugar de las 4 "P" tradicionales: ciudadanos, ciudad, confianza y comunicación. Las ciudades dejan de ser meros espacios de convivencia para pasar a convertirse en auténticas marcas que se sirven del branding y adoptan contenido visual (símbolos, logotipos y colores) y verbal con el fin de incrementar el turismo, pero también para atraer inversiones o incentivar el comercio. Así pues, las ciudades también tienen que hacer confluir la perspectiva interna y real del residente (su identidad) con la estereotipada y supuesta por el visitante (su imagen). De este modo, la obtención de una imagen positiva por parte de una ciudad puede desembocar, a largo plazo, en la generación de una buena reputación territorial. Además, "están comenzando a reflexionar de manera estratégica sobre qué lugar les conviene ocupar en el nuevo escenario global" (Seisdedos, 2007: 147). Ya no les basta con ser una más, quieren ser la ciudad verde, la capital financiera o de la cultura, entre otras. Buscan establecer un claro posicionamiento que las diferencie del resto de ciudades competidoras. De hecho, "muchas ciudades son poseedoras de atractivos únicos, otras pueden desarrollar sus recursos y generar nuevos atractivos únicos y difíciles de imitar" (Elizagarate, 2008: 52). Si analizamos el panorama mundial, encontraremos multitud de ejemplos de marcas-ciudad donde las urbes utilizan aquellos atributos que las hacen especiales para diferenciarse del resto de territorios. Es el caso de París y la moda o Milán y el diseño.

A la hora de gestionar la política comunicativa de una ciudad, resulta fundamental tener claros los atributos a mantener, atributos a eliminar, atributos a mejorar y, por último, atributos a potenciar. En total, y siguiendo las recomendaciones de Toni Puig, deben ser cuatro como máximo. Así, mediante estas marcas-ciudad es posible el hecho de "poner de relieve y difundir, interna y externamente los valores y capacidades favorables a la capacidad del territorio" (Domeisen, 2003: 14). Estos valores, en ocasiones y al igual que ocurre con las marcas comerciales, giran en torno a atributos emocionales.

5. La marca acontecimiento: el evento como elemento clave

En la actualidad, las ciudades "compiten para obtener todo aquello que genere riqueza y empleo en el lugar" (Elizagarate, 2008: 53). Un buen ejemplo de ello puede ser la creación de acontecimientos o la potenciación de aquellos que ya tienen lugar. A pesar de que una ciudad disponga de su marca identificativa, puede poseer simultáneamente una marca acontecimiento, la cual no es más que una idea o percepción que se asume sobre un determinado acontecimiento especial que tiene lugar en el territorio. El uso de una marca acontecimiento puede servir de gran utilidad ya que no sólo puede proyectar y reforzar de manera visible la marca territorio sino que además supone un factor relevante en aquellos procesos que se establecen a largo plazo y que tienen como último objetivo obtener una buena reputación territorial.

Este tipo de marcas surgen del hecho de que ciertos acontecimientos proyectan su identidad visual mediante marcas impactantes, con una presencia recurrente en los medios de comunicación así como en diferentes soportes y recursos publicitarios; en consecuencia, la creación, gestión y desarrollo de la marca acontecimiento se convierte en un factor clave de su difusión como sub-producto turístico. Representa mucho más que la simple identidad visual del acontecimiento, ya que a través de ella, se transmiten determinados valores, atributos, beneficios y su personalidad específica (Campillo, 2012: 120). Estos valores, atributos, beneficios y personalidad tienen que estar en consonancia con los de la marca ciudad pues, de lo contrario, la imagen percibida por los públicos será incoherente y difusa. Además la gestión eficiente de la marca-acontecimiento contribuye a establecer y consolidar los lazos o vínculos de las organizaciones públicas con sus diferentes grupos de interés, pudiendo llegar a convertirse en un instrumento fundamental para la diferenciación y posicionamiento de un territorio frente a otro (Campillo, 2012: 126). De este modo, las ciudades pueden encontrar su ventaja competitiva al potenciar un acontecimiento que acaece en su territorio, el cual es muy probable que por sus características sea único. Por tanto, sirve a la ciudad como valor único y distintivo. La marca acontecimiento se encuentra vinculada al concepto de marca experiencia. El turista actual dispone de formación y de una mayor trayectoria en el consumo turístico, por lo que pide una experiencia de calidad y demanda un mayor número de destinos donde experimentar vivencias. Este ya no se pregunta ¿qué me falta por ver? En su lugar, la cuestión que se hace es ¿qué nueva experiencia quiero vivir?

Francesc González Reverté enumera tres tipos de experiencias según el grado de implicación de los grupos de interés (González, 2009: 116):

- Experiencia básica: el acontecimiento produce una reacción emocional pero resulta insuficiente para mantenerlo en la memoria del turista a largo o medio plazo.
- Experiencia memorable: el acontecimiento es almacenado en la memoria y se recuerda durante un largo tiempo.
- Experiencia transformadora: el acontecimiento da lugar a cambios en la actitud o el comportamiento del turista que perduran en el tiempo.

De una forma u otra, es evidente que se genera un vínculo con aquellos que viven el acontecimiento. En esta situación, el individuo "ya no es sólo receptor-pasivo-comprador-consumidor, sino que es también emisor-activo-intérprete-actor, ya que se encuentra cara a cara con productos, objetos, decorados, servicios, mensajes y personas con las que interactúa" (Costa, 2004: 136). Si dicha interacción se produce de forma positiva, puede desembocar en cierta fidelización al territorio.

Por todo ello, la marca acontecimiento resulta de gran relevancia en multitud de ciudades y es preciso considerarla como un activo intangible de carácter estratégico entendido no sólo como símbolo de identificación, sino como contribuidora del establecimiento y mantenimiento a lo largo del tiempo de la mayor coherencia posible entre las expectativas creadas por la comunicación de la marca y la experiencia real de todos los públicos objetivos (internos y externos) cuando entran en contacto con la marca (Alloza, 2002: 192). No hay que considerarla de una menor categoría ya que, al reforzar de un modo estructural o coyuntural a la marca ciudad, puede darse la situación de que se convierta en una auténtica marca territorial. La organización de eventos es un ejercicio muy en boga en los últimos tiempos. Tomando como base la definición que de ellos hace María Teresa Otero, puede decirse que son sucesos de cierta importancia y carácter singular que no forman parte del desarrollo habitual de las organizaciones y que se llevan a cabo de un modo extraordinario.

La organización de un evento puede ser una buena oportunidad de acercarse a los ciudadanos por parte de las entidades locales. Como puede observarse, en la realización de un evento pueden intervenir entidades privadas, públicas o ambas al mismo tiempo. Los objetivos que se buscan con esta colaboración, tanto por parte del sector público como del privado son, entre otros, crear nuevos atractivos que hagan a la ciudad más próspera, que atraiga turistas, inversores o nuevos residentes, con un beneficio que repercuta tanto a nivel privado como social (Elizagarate, 2008: 60).

Los eventos pueden considerarse productos turísticos porque permiten alcanzar tres objetivos: incrementar el número de turistas, fomentar el crecimiento económico de la comunidad, la región o los agentes implicados y potenciar la consolidación de la marca del destino (González, 2009: 97).

La consolidación de la marca es más efectiva si el evento es retransmitido por los medios de comunicación de masas ya que permite una mayor difusión de su imagen y atractivo. Es preciso que el evento combine tanto elementos racionales como emocionales con el objetivo de calar en los públicos ya que

permite a éstos ser protagonistas y partícipes de la ciudad en un ambiente festivo.

La organización de un acontecimiento especial supone para el territorio la posibilidad de crear una nueva identidad en torno él. Así, "la organización de eventos, además de su impacto en la construcción de nuevos espacios, permitiría asociar la imagen de la ciudad a la cultura, sustituyendo así la imagen negativa de una ciudad industrial contaminada y opaca" (Elizagarate, 2008: 160). Además, suponen un gran impacto en la regeneración urbana de la ciudad. Así lo demuestra la experiencia de las ciudades que los han llevado a cabo. Un claro ejemplo dentro del territorio nacional son los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Exposición Universal de Sevilla, ambos del año 1992.

6. Estudio de caso: El Festival Internacional de cine de San Sebastián

El período seleccionado para el análisis del caso es el comprendido entre los años 2010 y 2012 (ambos inclusive). La investigación se basa en fuentes secundarias, concretamente en documentos de caracteres públicos tanto escritos como audiovisuales. El universo formado por estos documentos consta de dos partes diferenciadas relativas a:

1. La marca ciudad: conjunto de piezas comunicativas oficiales emitidas por las instituciones del territorio, en concreto: Turismo de Euskadi, Turismo de Guipúzcoa, Turismo de San Sebastián y la Fundación Donostia/ San Sebastián 2016. Este conjunto está formado por elementos de diversa índole: folletos, guías turísticas, vídeos y webs corporativas relativas a dos ámbitos fundamentales: el cultural y la información general.
2. La marca acontecimiento: comunicaciones procedentes del Festival Internacional de Cine publicitando e informando sobre el mismo. En este caso, hablamos de carteles, vídeos, dossier de prensa, web, y los diarios emitidos como resumen del festival los años que competen a este estudio.

Un total de 164 documentos que quedan distribuidos de la manera que muestra la siguiente tabla[1]:

INSTITUCIONES DEL TERRITORIO DE SAN SEBASTIÁN	Número de documentos		
	2010	2011	2012
TURISMO EUSKADI	3	5	8
- Folletos	-	-	1
- Guías turísticas	1	-	3
- Vídeos	2	1	1
- Webs	-	4	3
TURISMO GUIPÚZCOA	4	3	1
- Guías turísticas	1	1	-
- Vídeos	1	-	-
- Webs	2	2	1
TURISMO SAN SEBASTIÁN	8	10	11
- Folletos	-	-	2
- Guías turísticas	4	5	3
- Vídeos	1	-	2
- Webs	3	5	4
FUNDACIÓN DONOSTIA- SAN SEBASTIÁN 2016	10	0	1
- Propuesta candidatura	2	-	-
- Vídeos	2	-	-
- Webs	6	-	1
TOTAL= 64			

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE SAN SEBASTIÁN	Número de documentos		
	2010	2011	2012
- Carteles	5	6	7
- Diarios del festival	9	9	9
- Vídeos	1	4	2
- Web	14	16	18
- Dossier de prensa	-	1	-
TOTAL= 101	29	36	36

Fig. 1 – Tabla resumen de los documentos analizados. Fuente: C. González

Estos documentos van a ser analizados según una metodología mixta: cuantitativa y cualitativa.

a) Menciones que las instituciones del territorio hacen sobre el festival o sobre la asociación de la ciudad como una ciudad ligada al mundo cinematográfico.

b) Menciones que el Festival Internacional de Cine hace sobre la ciudad de San Sebastián, lugar donde lleva a cabo su celebración.

c) Con el universo descrito se va a realizar un análisis interpretativo del que se extraerá el modo, estilo e intenciones con las que la marca-ciudad hace referencia a la marca-acontecimiento y viceversa.

Actualmente, San Sebastián se ha consolidado como una de las ciudades culturales por excelencia del País Vasco. Hecho que se ve reforzado al haber sido designada Capital Europea de la Cultura 2016, título que ostenta de manera oficial desde el 28 de junio de 2011. Según los documentos oficiales de la candidatura, la capitalidad donostiarra de 2016 "explotará el rol de la cultura para la regeneración de la convivencia y la resolución de los problemas sociales derivados del terrorismo y de la división política y cultural de la sociedad donostiarra y, en general, de la sociedad vasca". Y

[1] El símbolo – hace referencia a la inexistencia de piezas de ese tipo o, si existen, no han podido hallarse y recopilarse para la presente investigación.

añaden: "No sólo queremos mostrar la cultura de lo que ya somos, lo que ya tenemos o lo que vendrá, como si se tratara de un gran escaparate. Queremos apoyarnos en la cultura para cambiar".

En definitiva, se trata de dar un paso hacia delante de manera positiva, con la mirada puesta en el futuro y dejando atrás la imagen negativa que puede tenerse de la ciudad. De acuerdo a la metodología explicada en páginas anteriores, en primer lugar se va a llevar a cabo un recuento de las apariciones y menciones al Festival Internacional de Cine de San Sebastián o a aspectos relativos al ámbito cinematográfico en las comunicaciones emitidas por las instituciones del territorio. Las menciones hacen referencia a la presencia escrita de las guías y folletos pero también a la voz en off de los vídeos. Las apariciones, por su parte, son aquellas imágenes ya sean fotografías o fotogramas de una pieza audiovisual.

INSTITUCIONES DEL TERRITORIO DE SAN SEBASTIÁN	Recuento de apariciones y menciones al Festival Internacional de Cine/ Ámbito cinematográfico		
	2010	2011	2012
TURISMO EUSKADI	26	7	52
- Folletos	-	-	2
- Guías turísticas	4	-	46
- Vídeos	22	2	1
- Webs	-	5	3
TURISMO GUIPÚZCOA	10	10	1
- Guías turísticas	7	8	-
- Vídeos	1	-	-
- Webs	2	2	1
TURISMO SAN SEBASTIÁN	136	60	75
- Folletos	-	-	4
- Guías turísticas	122	53	57
- Vídeos	10	-	9
- Webs	4	7	5
FUNDACIÓN DONOSTIA- SAN SEBASTIÁN 2016	106	0	1
- Propuesta candidatura	89	-	-
- Vídeos	11	-	-
- Webs	6	-	1
TOTAL= 484			

Fig. 2 – Tabla resumen de las apariciones y menciones al Festival Internacional de Cine de San Sebastián emitidas por las instituciones del territorio. Fuente: C. González

De este recuento pueden extraerse varias conclusiones específicas:

a) Turismo de Euskadi apuesta cada vez más por la inclusión del Festival en sus comunicaciones.

b) Turismo de Guipúzcoa, en cambio, cada vez realiza menos esfuerzos comunicativos por lo que la imagen adquirida en años anteriores se va perdiendo.

c) Turismo de San Sebastián se mantiene apostando fuerte por el Festival de Cine a lo largo de los años.

d) La Fundación Donostia-San Sebastián 2016 incluyó gran cantidad de veces al Festival de Cine en sus comunicaciones mientras era candidata a la capitalidad cultural. Una vez conseguido este título parece que el interés por dicho festival disminuye de forma significativa.

Si tenemos en cuenta que las piezas analizadas ascienden a 63 y las menciones y apariciones a 484, tenemos una media de 7,68 de estas menciones por cada elemento analizado. Para llevar a cabo el análisis interpretativo se tendrán en cuenta las apariciones y menciones en el contexto en el que se llevan a cabo, así como el papel que juegan en la globalidad de la pieza a la que corresponde (si se limitan a nombrar al festival o explotan su potencial de un modo que va más allá de lo meramente informativo). Puesto que ya se conoce a qué cifra ascienden las menciones y apariciones totales, en el análisis no se tendrán en cuenta los simples nombramientos y sólo se destacará aquellas piezas que se consideren realmente relevantes y que pueden aportar algo a esta investigación.

El Festival Internacional de Cine de San Sebastián, es uno de los 14 festivales competitivos del mundo catalogados por la FIAPF como "clase A" (y el único español de esta categoría). Su celebración tiene lugar anualmente en el mes de septiembre en la ciudad que le da nombre. Actualmente, el festival es una sociedad anónima pública cuyos accionistas son a partes iguales: el Instituto de las Artes y Ciencias Cinematográficas (del Ministerio de Cultura), el Gobierno Vasco, la Diputación Foral de Guipúzcoa y el Ayuntamiento de San Sebastián. Cuenta con el mayor presupuesto de los festivales que se realizan en el territorio español (unos seis millones de euros al año) y su financiación procede de patrocinios publicitarios y subvenciones las cuales les otorgan sus accionistas. De hecho, el Instituto de las Artes y ciencias Cinematográficas destina la mitad de su presupuesto de apoyo a festivales de cine españoles al Festival Internacional de Cine de San Sebastián, repartiéndose el otro 50% entre los 41 festivales de cine restantes. Además, el festival cuenta con una serie de ciclos de películas destinados a homenajear a grandes figuras del mundo cinematográfico denominados Retrospectivas clásicas y temáticas.

El Festival de San Sebastián promueve la creación de relaciones y vínculos entre profesionales acreditados que pueden dar lugar a futuros acuerdos y generación de proyectos entre los mismos. Para ello cuenta con *The Industry Club,* un espacio donde dichos profesionales pueden organizar reuniones, visionar películas e intercambiar experiencias. En él se encuentran expositores con

material de obras filmadas o en proceso de producción; y se organizan actividades con el fin de impulsar la industria y obtener nuevas vías de financiación y promoción para los largometrajes.

También se ha llevado a cabo un recuento de las apariciones y menciones a la ciudad de San Sebastián que el Festival Internacional de Cine realiza en las comunicaciones que emite.

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEDE SAN SEBASTIÁN	Recuento de apariciones y menciones a la ciudad de San Sebastián		
	2010	2011	2012
- Carteles	5	7	7
- Diarios del festival	12	14	13
- Videos	5	5	9
- Web	26	37	45
- Dossier de prensa	-	3	-
TOTAL= 188	48	66	74

Fig. 3 – Tabla resumen de las apariciones y menciones a la ciudad de San Sebastián realizadas en sus comunicaciones por el Festival Internacional de Cine de San Sebastián. Fuente: C. González

De estas cifras pueden deducirse varios datos:

- La representación de la ciudad en carteles y diarios se mantiene estable con los años.
- La web cada vez hace más hincapié en la ciudad donde se realiza el festival.
- Aunque moderadamente, el número total de apariciones y menciones se incrementa año tras año.

7. Conclusiones

En este sentido, el análisis llevado a cabo demuestra que la hipótesis de partida es cierta. Se ha comprobado cómo ambas marcas hacen alusión una a la otra en sus comunicaciones de una forma continua y relevante lo que hace que no puedan entenderse la una sin la otra.

San Sebastián ha sido sede del festival durante más de sesenta años lo que ha supuesto que la ciudad sea vista como un territorio cultural y ligado al mundo del cine. De hecho, las múltiples realidades que se han creado en este ámbito los años posteriores a la celebración del festival lo corroboran.

Asimismo, la historia del Festival Internacional de Cine se haya totalmente ligada a la ciudad ya que los acontecimientos ocurridos en la misma han repercutido de una u otra forma en el desarrollo de dicho festival.

Ambas marcas han dejado huella la una en la otra y resulta extremadamente complicado que en la imagen que los públicos se encuentren de un modo aislado.

El presente trabajo ha pretendido poner un granito de arena para iniciar un camino que puede ser continuado por futuras investigaciones que se realicen en torno a otras ciudades que lleven a cabo festivales de cine ya sean de carácter internacional o en un entorno más cercano puesto que de ellas podría aprenderse muchísimo y actuar como referentes para aquellos festivales y ciudades que se están iniciando en este aspecto y que pretenden tomar el cine como un valor a potenciar en sus territorios.

8. Bibliografía

Blanco Herranz, F. J. (2009).“Algunas reflexiones sobre identidad y actividad turística en tiempos de incertidumbre” en *Estudios Turísticos 180*, pp. 7-20.

Campillo, C. (2012). “El desarrollo de políticas estratégicas turísticas a través de la marca acontecimiento en el municipio de Elche (2000-2010)” en *Pasos 10*(1), pp.119-129.

Costa, J. (2004). *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Barcelona: Editorial Paidós. Col. Diseño.

Elizagarate, V. (2008). *Marketing de ciudades: estrategias para el desarrollo de ciudades atractivas y competitivas en un mundo global*. Madrid: Pirámide.

Font, J. (2004). *Casos de turismo cultural: de la planificación estratégica a la gestión de producto*. Barcelona: Ariel.

Fuentes Martínez, S. (2007). “Sistema de gestión comunicacional para la construcción de una marca ciudad o marca país” en *Revista Signo y Pensamiento 2*(51), pp. 80-97.

Gobé, M. (2005). *Branding emocional: el nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas*. Barcelona: DivineEggPubliciaciones.

González, F. (2009). *Ciudades efímeras: transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos*. Barcelona: UOC.

Jiménez Morales, M. y San Eugenio Vela, J. (2009). ”Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación y difusión de la imagen de marca del territorio” en *Zer 14*(26), pp. 277-297.

—. (2009). “La organización de eventos como estrategia identitaria y evocadora de imagen turística. Estudio de caso: Girona Temps de Flors” en *Pasos 7*(1), pp. 73-84.

Kaplan, R. S. (2000). *Mapas estratégicos: convirtiendo activos intangibles en resultados tangibles*. Madrid: Gestión 2000.

Kotler, P. (1992). *Mercadotecnia de localidades: Cómo atraer inversiones, industrias y turismos a ciudades, regiones, estado y países.* México: Diana.

López Lita, R. y Bellonch, M.T. (2005). "De la marca comercial a la marca territorio" en *Recerca, Revista de Pensament y Anàlisi 5*, pp. 87-100.

Nomen, E. (2005). *El valor razonable de los activos intangibles: el efecto mariposa de la segunda deslocalización*. Barcelona: Deusto.

Puig, T. (2009). *Marca ciudad: cómo rediseñar para asegurar un futuro espléndido para todos*. Barcelona: Paidós.

Rebollo, E. (2008). "Comunicación y desarrollo local: el rol de los gobiernos y actores locales en la gestión de la imagen de un territorio" en *Prisma 22*, pp. 127- 148.

Recio, M. L. (2005). *Los recursos intangibles: gestión y reconocimiento en la empresa española*. Madrid: Instituto de Estudios Económicos.

San Eugenio, J. (2011). *Manual de comunicación turística: de la información a la persuasión, de la promoción a la emoción*. Madrid: Documenta Universitaria.

Seisdedos, G. (2007). *Cómo gestionar las ciudades del siglo XXI: del city marketing al urban management*. Madrid: Pearson Educación.

ÍNDICE ▷

LA CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA DEL ESPACIO PÚBLICO DE SANTIAGO DE CHILE. REPRESENTACIONES DE LA CIUDAD Y SUS CIUDADANOS EN LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA NACIONAL DEL DECENIO 1981–1990

Claudio Lagos-Olivero
Universidad Complutense de Madrid

1. Introducción

El espacio público de la ciudad. Con 473 años de historia, Santiago se inscribe en términos geográficos en el contexto de la ciudad latinoamericana fundada bajo el imperio español. Como sociedad y parte de la República de Chile, independiente desde hace poco más de 200 años, se ha desarrollado en las fases del capitalismo occidental, por lo que hoy se encontraría "enredada en la globalización económica que controlan los monopolios" (Martín Serrano, 2004: 26). Se trabaja entonces sobre dicha fase histórica, lo que determina los límites del contexto social que se somete a observación, y a su vez, precisa las categorías teóricas de "ciudad" que son pertinentes de contrastar con la información que provee la filmografía nacional, cuyos productos comunicativos adscriben a las "formas de producción de comunicación en las sociedades capitalistas" (Martín Serrano, 2004: 171). Es decir, que se trabaja con tipologías de ciudad coherentes y correspondientes al período histórico investigado. Dichas definiciones teóricas estudian y caracterizan el fenómeno urbano occidental que se desarrolla a partir de la segunda mitad del siglo XX, poniendo acento en la etapa que se configura entre fines de los 70s hasta principio de los 90s, pero que sitúa en los 80s los cambios sociales y comunicativos que fueron claves para la conformación de nuevos tipos de ciudades orientadas a la capitalización financiera, la hiperconexión y la globalidad.

Las ciudades son "escenarios para las interacciones sociales" (Martín Serrano, 2004: 13). Esa es una definición apropiada para comprender el fenómeno urbano en el marco de este trabajo. La frase fue construida para referirse a la relación de interdependencia entre sistema social y sistema de comunicación y es aplicable en este caso específico. Nos preguntamos entonces por el tipo de ciudad que construye la producción cinematográfica chilena durante parte del oscuro período histórico de la dictadura de Augusto Pinochet (1973-1990), por lo que el objetivo es identificar a través del análisis de contenido, las representaciones del espacio público de la ciudad y los ciudadanos que habitan allí. A través del prisma teórico de la "mediación social" (Martín Serrano, 2008), se estudia la producción de representaciones de la realidad, orientadas a conseguir cierto ajuste cognitivo, a través de medios de comunicación masiva. Con este fin se utilizan determinadas categorías teóricas que definen cuatro tipologías de ciudad, emanadas de la economía política y la sociología del urbanismo, a saber: "ciudad creativa" (Florida, 2009), "ciudad global" (Sassen, 1991, 1999), "ciudad informacional" (Castells, 1989, 1995), y "ciudad informal" (Glaesser, 2011; Jenkins, 2011; Duhau, 2003). Para ello se construye un protocolo de análisis que se aplica a cada una de las secuencias filmadas en el espacio público del corpus definido por la investigación. Esta comunicación da cuenta del proceso señalado y algunos de sus resultados.

2. Planteamiento teórico

2.1. La ciudad y su espacio público

En relación a la categoría "ciudad", nos remitimos a las ideas propuestas por Henri Lefebvre (1976) y Jane Jacobs (1967), el primero, europeo y el segundo, estadounidense. Mientras que

para la categoría "espacio público" nos remitimos a la mirada que aporta Emilio Duhau (2004) desde América latina, siempre teniendo en cuenta al Lefebvre (1976) de "Espacio y política". En Lefebvre encontramos una profunda reflexión teórica sobre el "fenómeno urbano"[1] y sus alcances desde la perspectiva marxista, donde la ciudad se asume como un modo instrumental del capitalismo. "La ciudad (lo que queda de ella o en lo que se convierte) es más que nunca un instrumento útil para la formación de capital, es decir, para la formación, la realización, y la repartición de la plusvalía" (Lefebvre, 1976: 42). En esa línea plantea el "urbanismo", disciplina abocada a la producción y reproducción material de las ciudades, como parte de la "superestructura de la sociedad neocapitalista" (Lefebvre, 1976: 168). Pero va más allá, pues denuncia una especie de agenda oculta para cumplir con su finalidad de "moldear el espacio político", esto es, el espacio público.

> He ahí por qué nos hemos visto obligados a denunciar el urbanismo como un disfraz y como un instrumento al mismo tiempo: disfraz del estado y de la acción política, instrumentos de los intereses ocultos en una estrategia y en una sociológica. El urbanismo no trata de moldear el espacio como una obra de arte. Ni según razones técnicas, tal y como lo afirma. Lo que moldea es un espacio político (Lefebvre, 1976: 185).

En su análisis pasa revista a los estadios evolutivos del concepto, como una conformación que se va desligando de su pasado rural hasta subordinarlo por completo. En esos términos identifica a la "ciudad política", la "ciudad comercial" hasta llegar a la "ciudad industrial", a la que ve como consecuencia de la "concentración urbana", el "éxodo rural", y la "extensión del tejido urbano" (Lefebvre, 1976: 22), donde el etos de lo rural ya no se percibe. La progresión es, "lo rural (campesino)", "lo industrial", y "lo urbano" (Lefebvre, 1976: 35), donde la ciudad ya representa el orden burgués estatal y ese orden está sentenciado por el capitalismo. Si bien no alcanza a reflexionar sobre la "ciudad" del presente, aquellas dominadas por la economía financiera global y las nuevas tecnologías de la información y comunicación, si intuye su emergencia como consecuencia de un proceso histórico, hecho que se comprueba en el título del libro "La revolución urbana", si asumimos dicha idea de acuerdo a Kuhn (1977), es decir, aceptando que tanto ciencia y sociedad avanzan de revolución en revolución. Dicha revolución se propone como un fenómeno planetario y transversal a todo orden político e ideológico.

> El espacio urbano no es distinto en un país socialista que en otro país. La problemática urbana, el urbanismo como ideología e institución, la tendencia global a la urbanización, son hechos mundiales (Lefebvre, 1976: 118-119).

Lefebvre nos señala el punto de inicio, y a partir de ahí, la investigación suma otros autores que definen y caracterizan el espacio público y la ciudad del presente. Eso sí, arroja luz sobre aquellos procesos urbanos acaecidos a los que llama "países subdesarrollados", de quienes señala que viven en forma simultánea "la era rural, la era industrial y la era urbana" (Lefebvre, 1976: 39), idea que se conecta con la "ciudad informal", y que explicaría la materialización de la urbe latinoamericana o de ciertas ciudades del subcontinente indio, por apuntar dos ejemplos. Para hacer distinción, habla de "la gran ciudad":

> La gran ciudad, monstruosa, tentacular, es siempre ciudad política. Constituye el medio más favorable para ejercer un poder autoritario. En este medio predominan la organización y la súperorganización. La gran cuidad consagra la desigualdad. Entre el orden difícilmente soportable, y el caos, siempre amenazante, el poder, cualquiera que sea, pero sobre todo el estatal, optará siempre por el orden (Lefebvre, 1976: 98).

La cita pareciera indicar el lema de la bandera de Brasil, cuna de dos reconocidas "ciudades informales" como *São Paulo* o *Rio de Janeiro: "Ordem e progresso"*. Su agudeza teórica está ligada a una mirada hiper realista del fenómeno que resulta útil a la hora de su comprensión. "Hasta que se pruebe lo contrario, lo urbano no ha carecido nunca de cierto aspecto represivo que proviene de lo que en él se esconde, y de la resolución de mantener escondidos los dramas, las violencias latentes, la muerte y los acontecimientos cotidianos" (Lefebvre, 1976: 126-127), señala. Su descripción del espacio urbano es tan certera como descarnada, y con seguridad compatible con cada tipo de ciudad, y sus espacios públicos, que analiza esta investigación.

Por su parte, Jane Jacobs reflexiona en torno a los matices urbanos posibles de encontrar en los Estados Unidos de la primera mitad del siglo XX. Define a las ciudades y sus espacios públicos como "laboratorios de ensayo y error, fracaso y éxito, en todo lo referente a urbanización y diseño del hábitat humano" (Jacobs, 1967: 10). Esta es una idea central que cruza su más famosa contribución llamada "Muerte y vida de las Grandes ciudades", que a día de hoy sigue dando sustento a economistas y urbanistas interesados en el estudio del fenómeno. Jacobs mira a la ciudad como un objeto afectado por el cambio permanente, sobre el que actúan muchos

[1] El autor prefiere el concepto "fenómeno urbano" al de "ciudad". Lo señala explícitamente.

estímulos sociales. A pesar de su mirada crítica advierte que la ciudad es una expresión natural del hábitat humano.

> Evidentemente, los seres humanos son una parte de la naturaleza, tanto como puedan serlo los osos o las abejas, las ballenas o las cañas de sorgo. Las ciudades de los seres humanos son naturales, en tanto que producto de una forma de la naturaleza, como las colonias de marmotas o los bancos de ostras (Jacobs, 1967: 463).

La autora está abiertamente en contra de la aplicación de la teoría urbana sin la participación de los ciudadanos y ciudadanas. Tal vez sin proponérselo es una de las promotoras de lo que hoy conocemos con el nombre de "participación ciudadana" en la toma de decisiones, y en esa línea, enemiga de la planificación opaca, entre paredes, la edificación en altura, la destrucción de la vida de barrio, y la especulación motivada por intereses inmobiliarios. En ese contexto le toca vivir y observar la ciudad industrial norteamericana en su declive.

> La teoría urbanística se inició en Europa al final de la década de los años 20, y en Estados Unidos en la de los 30. Empezó asimilando las más recientes ideas sobre la teoría probabilística desarrollada por las ciencias físicas. Los urbanistas empezaron a imitar y a aplicar estos análisis precisamente como si las ciudades fueran problemas de complejidad desorganizada solucionable matemáticamente; Sus torreones en medio de parques eran una forma artística de celebración del poder de las estadísticas y el triunfo de los promedios matemáticos (Jacobs, 1967: 456).

2.2. Espacio público y ciudadanos (as) representados (as)

Sobre "espacio público" es de utilidad la reflexión que hace Emilio Duhau confrontando lo privado y lo público, el territorio de la realidad[2] material:

> Entendemos el espacio público como aquel espacio que no es privado (destinado a uso exclusivo de sus habitantes u ocupantes) y constituye el medio físico que permite poner en relación a los diferentes espacios privados. Es el espacio que está entre los espacios individuales de las viviendas y edificaciones privadas, el espacio físico entre las casas particulares, donde se encuentran los servicios y vialidades disponibles para todos los habitantes (…) En ese sentido una calle es un espacio público a menos que haya sido cerrada, caso en el cual habría que redefinir su condición (Duhau, 2004: 171).

Definido teóricamente el "espacio público", la figura 1 muestra los límites conceptuales con los que se trabaja, que corresponden al

Fig. 1 – Espacio público versus espacio privado, y roles ciudadanos representados. Fuente: C. Lagos

objeto material de la investigación. Entendemos como "ciudad" el "territorio" urbano habitado por personas en el rol genérico de "ciudadanos (as)". Dicho territorio está conformado por dos tipos de "espacio", uno de tipo "privado" y otro de tipo "público". Todo lo que envuelve la línea punteada de tono anaranjado, constituye el objeto de estudio. Esto es: un "espacio público" donde existen "objetos" y "ciudadanos (as)". Por lo tanto, cuando nos referimos a "ciudad", apuntamos exclusivamente a los dos conceptos que son centrales para la investigación: el espacio público, y los ciudadanos y ciudadanas que lo habitan.

2.3. El carácter icónico del cine como medio de comunicación masivo

El enfoque teórico de este trabajo está basado en el paradigma de la "mediación social" que propone Manuel Martín Serrano (2008), por eso señalamos algunos aspectos que consideramos importantes. La mediación social propone representaciones, que "pueden ser del tiempo, del espacio, y de lo que acontece".

> La representación social es una interpretación de la realidad que está destinada a ser interiorizada como representación personal por determinados componentes de un grupo (Martín Serrano, 2004: 56).

Entendemos entonces que relatos como el cinematográfico o el televisivo, "participan en el control social de los sujetos porque contienen representaciones sociales" (Martín Serrano, 2004:

[2] El término realidad designa en su dimensión sistemática el ámbito físico, biológico, psíquico, cultural, institucional, social, en el que cada sujeto desenvuelve su existencia; y en su dimensión procesal todo lo que acontece en ese ámbito. (Martín Serrano, 2004: 55)

48). Martín Serrano no elude la responsabilidad de emitir una sentencia en este sentido: "Se puede intervenir sobre el estado de la sociedad modificando las representaciones del mundo" (Martín Serrano, 2004: 42). Así, podemos suponer que la televisión como el cine estarían en condiciones de brindar signos, de por ejemplo, la "ciudad global", para "vivir (simbólicamente)" (Martín Serrano, 2008: 51) las características de una ciudad de ese tipo, pero habitando en Santiago de Chile, muy lejos de la realidad de Londres, la ciudad global por excelencia.

2.3. Sobre el análisis de contenido y la construcción simbólica

El análisis del contenido es una técnica "no intromisiva" capaz de ofrecer inferencias a partir de "datos verbales, simbólicos o comunicativos" (Krippendorff, 1990: 27). "Krippendorff, plantea el análisis de contenido como un método de indagación del significado simbólico de los mensajes" (Bernete, 2013: 233), por lo que resulta apropiado para abordar el estudio de los medios de comunicación masiva.

A su vez, la construcción simbólica debe ser entendida en el contexto de la metodología de análisis de contenido, particularmente bajo el enfoque dado por Klaus Krippendorff (1990), que propone el análisis de los datos en tanto "comunicaciones simbólicas" que abordan "fenómenos distintos de aquellos que son directamente observados". En esa línea este tipo de análisis "procura comprender los datos, no como un conjunto de acontecimientos físicos, sino como fenómenos simbólicos". De esta forma se corrige el enfoque de esta técnica ampliándolo desde el carácter puramente cuantificador del objeto de estudio, hacia el análisis de los "fenómenos simbólicos", que pueden o no estar presentes en el mismo.

2.4. Categorías de ciudades

La ciudad informacional. El concepto es de Manuel Castells (1995) y fue ampliamente desarrollado en su libro del mismo nombre, que se editó por primera vez en 1989 en inglés. Una de sus ideas centrales se refiere a los efectos de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) en el reordenamiento espacial de ciertas ciudades del mundo, particularmente algunas estadounidenses, donde se desarrollan complejas operaciones de alto nivel de coordinación y control de flujos de capital mundial. En términos prácticos, la reconfiguración espacial de la ciudad informacional sería el resultado del proceso detonado en los distritos financieros globales. Este trabajo comprende la "ciudad informacional" como una "forma social y espacial". Es decir, una estructura urbana

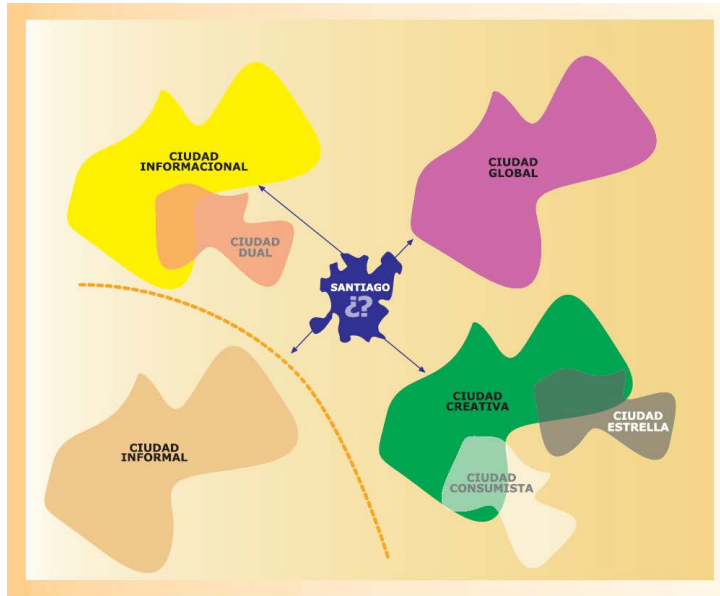


Fig. 2 – Categorías teóricas de ciudad. Fuente: C. Lagos

donde por un lado reconocemos al territorio como contexto, y por otro, relaciones sociales determinadas por nuevas formas de producción laboral practicadas por las ciudadanas y ciudadanos que allí habitan. Así una "ciudad informacional" correspondería, entre otras cosas, a un territorio urbano donde predomina un tipo de economía orientada a los servicios intangibles del sector terciario, especialmente los de tipo financiero, situación que se expresa a través de la presencia de oficinas corporativas y/o comerciales. Como se trata de un proceso en "expansión", entendemos que lo señalado es posible encontrarlo tanto en las representaciones de las zonas urbanas consolidadas, como en zonas nuevas, incluso en plena construcción. Los indicadores para este tipo de ciudad que se proponen son dos: "Expansión de la economía de servicios" y "Espacio de flujos".

La ciudad creativa. Según Richard Florida (2009) una "ciudad creativa" corresponde al territorio urbano que notoriamente posee tres características: alto desarrollo "tecnológico", "tolerancia" con la diversidad, y acumulación de "talento" profesional. Estos conceptos servirán para indicar la presencia de este tipo de ordenamiento urbano en los filmes analizados. "Talento" como indicador: la cultura del trabajo y el ocio se va transformando (Florida, 2010). Ciertas ciudades, atraen y aglutinan personas creativas, a la que Florida llama "clase creativa", cuyo talento queda manifiesto en el desarrollo de sus labores y oficios, por

un lado, y por otro, en la demanda de nuevas formas de ocio, sofisticadas y particulares. De manera tal que donde hay talento, puede haber una "ciudad creativa" que lo contenga, incluso lo atraiga. La ciudad es el lugar para compartir el talento colectivo (Florida, 2009: 73), y las "ciudades creativas" son aquellas donde lo señalado es parte central de su dinámica social. "Tolerancia" como indicador: su ejercicio como práctica social y de convivencia en una ciudad, es indicador de vitalidad económica y urbana. Se trata de uno de los rasgos de identidad que define a la "ciudad creativa". Por un lado, el autor demuestra con datos duros que donde se concentran los ciudadanos gay (índice gay), el precio del suelo se incrementa, y por otro, que la oferta de ocio (índice bohemio) va en la misma línea señalada. "Tecnología" como indicador: pero además, tolerancia y tecnología van de la mano, constituyéndose en su tercer indicador. Es decir, existe una relación directa con la alta tecnología ("high-technology"):

> The leading indicator of a metropolitan area's high-technology success is a large gay population. The five metropolitan areas with the highest concentration of gay residents are all among the nation's top 15 high-technology areas: San Francisco, Washington D.C., Austin, Atlanta, and San Diego. Gays not only predict the concentration of high-tech industry, they are also a predictor of its growth (Florida, 2002: 1).

La ciudad informal. Lo primero es comprender la "ciudad informal" en el contexto latinoamericano y bajo las claves que encuadra el capitalismo más reciente, aunque es un concepto posible de ser aplicado a formaciones urbanas de todo el planeta. En ningún caso la entenderemos como una "anomalía", sino, como una más de las manifestaciones de los procesos de urbanización del territorio que ocurren en la región, incluso, como un indicador de "vitalidad urbana", concepto que Edward Glaeser (2011) plantea sobre este tipo de conformación en ciudades de Brasil o India. Donde existe "ciudad formal", entendiendo por tal el desarrollo urbano planificado y ajustado al marco legal, hay "ciudad informal". Ella "no es sinónimo de miseria", ya que es posible encontrar una amplia gama social "que va desde la supervivencia y la posibilidad de obtención de vivienda mínima, hasta la extrema pobreza o la indigencia" (Torres, 2011). El doctor en urbanismo Emilio Duhau la define así:

> (…) la ciudad informal es la ciudad producida a partir de la vivienda cuya implantación antecede a una urbanización paulatina, y en general, problemática de las áreas de este modo incorporadas al uso habitacional. Se corresponde con lo que habitualmente denominamos en México urbanización popular (Duhau, 2003: 4).

Duhau (2003) apunta a establecer ciertos parámetros que caracterizan transversalmente, a la ciudad latinoamericana, donde comúnmente surge este tipo de asentamiento precario, fuera de la norma, muchas veces impulsado por una necesidad insatisfecha, que sobrepasa la propia gestión de los Estados. Son conocidos como "villas miseria" (Argentina), "favelas" (Brasil), "urbanizaciones populares" (México), "poblaciones callampas" y "campamentos" (Chile) o "poblados de chabolas" en España, y comparten ciertas características. Desde Chile, Andrea Pino (2013) apunta a la transgresión del marco legal como hecho distintivo:

> (…) la ciudad informal estaría conformada por todas aquellas prácticas que se instauran, desarrollan y consolidan fuera de las leyes y ordenanzas, en este caso nos referimos a las formas de apropiación por las cuales se accede al suelo urbano y a la vivienda, desde la adquisición de los terrenos, hasta la autoconstrucción de la vivienda (Pino, 2013: 3).

Lo mismo señala Jenkins (2011) desde la mirada de Europa del norte sobre el fenómeno de lo "informal" en ciertas ciudades de África:

> For physical urban development, essentially the "informal" is that which does not comply with government legislation, regulation and/or registration in terms of 3 factors: land use (as assessed by planning activity–covering aspects of appropriate uses and /or densities, as well as tenure), construction standards (as assessed by construction regulations) and infrastructure (as assessed in terms of public health risks and generally embedded in the former two sets of regulation) (Jenkins, 2011: 2).

Los indicadores para este tipo de ciudad que se proponen son dos: "Informalidad urbana" y "economía informal".

La ciudad global. De acuerdo a Saskia Sassen (1991, 1999), una "ciudad global" corresponde a aquel "ordenamiento espacial" del territorio urbano, determinado por la especialización de los servicios de producción financiera con un marcado carácter global. Esto genera un cambio en la conformación de ciertos sectores de una ciudad, significando por un lado, el surgimiento o presencia de enormes complejos de oficina, y consiguiente a ello, el aumento del precio del suelo urbano, y por otro, el surgimiento, crecimiento y desarrollo de una economía de menor escala de tipo informal. Los indicadores que se proponen para este tipo de ciudad son tres: "Nodos de producción de servicios avanzados e innovaciones financieras", "Urbanización dominada por los servicios a la producción", y "economía precaria".

3. Metodología

3.1. Delimitación del corpus de productos comunicativos

La producción cinematográfica que se investiga fue realizada bajo una dictadura militar. Corresponde al período cuyas problemáticas urbanas son explicadas en términos teóricos y científicos, por los conceptos y definiciones de ciudad con los que se trabaja. El gran cambio urbano en el mundo occidental se empieza a gestar en la década de los 80s, la que muestra el declive de las ciudades de tipo industrial, dando paso a conformaciones urbanas que se adaptan al cambio tecnológico de tipo comunicacional.

Como criterio general la investigación analiza una película por año. De acuerdo al objetivo perseguido, y para no apartarse de la línea que marca el rigor científico y evitar la posibilidad de diseñar un corpus subjetivamente contaminado por la experiencia personal, los gustos del investigador o la propia calidad de los filmes, se propone una serie de criterios de selección generales, particulares y excepcionales. La siguiente tabla resume los criterios para seleccionar los materiales de análisis:

El período se caracteriza por la baja cantidad de estrenos de ficción, por lo que se trabaja con lo que existe. Lo señalado, más la censura oficial, son los rasgos de identidad para el decenio, que corresponde a la década final de la dictadura de Augusto Pinochet. De facto, respecto a igual período en los 60s, la producción cinematográfica de largometrajes fue casi nula, incluso respecto de las estadísticas que registran los tres años del gobierno de la Unidad Popular (Salvador Allende, 1970-1973). Sin contar 1990, el decenio sólo exhibe 12 largometrajes estrenados en suelo chileno. En estos años existe y prospera lo que se conoce como "cine chileno en el exilio" del que, por ejemplo, forma parte "Ardiente Paciencia" (Skármeta, 1984), cuyo director recibió asilo de la RDA, lugar en el que pudo desarrollar una carrera como guionista y director. Pero también la censura afectó de manera negativa. Fue ejemplo de ellos la película "Los Deseos Concebidos" (Sánchez, 1982), que "sólo fue proyectada en una sala universitaria" y calificada para mayores de 21 años, situación que restringió su capacidad comercial (Mouesca, 1990: 232).

En la construcción del corpus surge otro inconveniente: la inexistencia de estadísticas oficiales de asistencia a salas de cine para la época, situación que genera un problema a la hora de seleccionar material para 1986, 1989 y 1990, únicos años donde existe más de un estreno con posibilidad de ser seleccionado. La solución propuesta es la siguiente: en el caso de 1989 y 1990, se opta por analizar sólo aquella película que hoy se encuentre disponible en DVD, y/o, en el Archivo Digital (on line) de la Cineteca Nacional de Chile, organismo oficial que opera en el Centro Cultural Palacio La Moneda, bajo la supervisión del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. A su vez para 1986, y de forma excepcional, se propone analizar los dos filmes disponibles, como una manera de compensar la carencia de productos comunicativos seleccionables en 1981, 1983 y 1985.

El resultado de la operación arroja siete filmes aptos para el análisis. Estos son, "Los deseos concebidos" (Sánchez, 1982), "Cómo aman los chilenos" (Álvarez, 1984), "Nemesio" (Lorca, 1986), "Hechos consumados" (Vera, 1986), "Sussi" (Justiniano, 1988), "Imagen Latente" (Perelman, 1989), "Caluga o menta" (Justiniano, 1990). Sin embargo, se ha descartado el análisis de "Cómo aman los chilenos" (1984), cuya única copia disponible (celuloide) está en poder del autor y no existen reediciones oficiales en DVD.

Nº CRITERIOS	Decenio 1981-1990
	Son seleccionables:
I	Todos los géneros, excepto el documental y el cine de animación.
II	Producciones cinematográficas que hayan alcanzado el primer lugar en las estadísticas de público asistente a salas durante el año de estreno.
II	Sólo largometrajes. 60 minutos, aproximadamente.
III	Los formatos celuloide en cualquiera de sus milimetrajes (16, 35, súper 16, súper 35, entre otros).
IV	Sólo historias ambientadas en el mismo decenio de producción y/o estreno.
VI	Sólo relatos que tengan a Santiago de Chile como contexto central, sin descartar, filmes que también registren las representaciones de otras ciudades o lugares, siempre que la mayoría de las escenas filmadas en el espacio público correspondan a la ciudad de Santiago. Sólo es materia de análisis aquella secuencia que muestra el espacio público de Santiago.

Fig. 3 – Tabla resumen de los criterios de selección. Fuente: C. Lagos

Selección películas decenio 1981 a 1990.				
AÑO	**NOMBRE FILM**	**ESTRENO**	**PÚBLICO**	**Nº secuencias espacio público**
1981	No existen largometrajes de ficción	(-)	-	-
1982	**LOS DESEOS CONCEBIDOS**	03/11/1982	Sin información	6
1983	Filme no clasificable	(-)	-	-
1984	**CÓMO AMAN LOS CHILENOS (*)**	12/11/1984	Sin información	-
1985	Filme no clasificable	(-)	-	-
1986 (**)	**NEMESIO**	17/10/1986	Sin información	11
	HECHOS CONSUMADOS	21/11/1986	Sin información	9
1987	Filme no clasificable	(-)	-	-
1988	**SUSSI**	23/05/1988	Sin información	13.
1989 (***)	**IMAGEN LATENTE**	09/071989	Sin información	14
1990 (***)	**CALUGA O MENTA**	15/10/1990	Sin información	18
TOTAL				**71**
(*)	La única copia celuloide está en poder del autor. No existen referencias en internet ni hay ediciones en DVD. No se puede acceder al producto.			
(**)	Dada la carencia de productos comunicativos para 1981, 1983 y 1985, se opta por analizar los dos filmes disponibles en 1986.			
(***)	Al no contar con el dato de asistencia a salas, se opta por analizar aquellas películas que hoy están disponibles en DVD o en el Archivo Digital de la Cineteca Nacional de Chile. Los filmes indicados son los únicos que cumplen con una de estas dos condiciones.			
Fuente: Mouesca (2010, 1992, 1990), Archivo Digital Cineteca Nacional, CineChile.cl.				

Fig. 4 – Corpus de la investigación. Fuente: C. Lagos

Tampoco se ha encontrado referencia del filme, total o parcial, en internet. La tabla anterior resume los resultados de la selección.

3.2. Unidad de análisis: la secuencia de escenas o planos en el espacio público

La identificación de las secuencias en el espacio público define la unidad de análisis básica de la investigación. Con ello se pone en valor las representaciones de la ciudad y sus ciudadanos que reproducen los filmes. Se contabilizan todas aquellas que registren el espacio público de Santiago. Esto es, que muestren calles, aceras, parques, sitios abandonados o no urbanizados, así como también, aquellas donde la filmación ubica el punto de vista de la cámara en ventanas, balcones o azoteas de edificios (espacio privado), siempre que se muestre la ciudad. Lo mismo es válido para aquellas secuencias que ubican la cámara en el antejardín de una vivienda. Por lo tanto, sólo es materia de análisis aquella secuencia que filme locaciones exteriores, siempre que exista evidencia de que dicho contexto corresponde al espacio público de Santiago de Chile.

Fig. 5 – (arriba) Captura de pantalla. Indigente, ciudad global. "Imagen latente" (Perelman, 1989)
Fig. 6 – (abajo) Captura de pantalla. Anomalía urbana, ciudad informal. "Imagen latente" (Perelman, 1989)

La preparación de los seis productos comunicativos arroja 71 secuencias aptas para el análisis del decenio 1981-1990 (universo de la muestra).

4. Algunos resultados

La aplicación del protocolo de análisis arroja los siguientes resultados generales. En primer lugar, existen más coincidencias con las categorías contempladas para la ciudad global (46). De cerca le siguen la ciudad creativa (39) y la ciudad informal (25). Sólo hay coincidencias marginales con las características de una ciudad informacional (9). La siguiente tabla muestra la prevalencia de la ciudad global para el decenio analizado.

Ciudad predominante en decenio 1981-1990				
1º				4. Ciudad global
2º		2. Ciudad creativa		
3º			3. Ciudad informal	
4º	1. Ciudad informacional			
Nº de secuencias codificadas	9	39	25	46
% del total analizado (71)	12,67	54,92	35,21	64,78

Fig. 7 – Tabla resumen de resultados. Fuente: C. Lagos

De la ciudad global, la categoría más codificada fue "Trabajador precario" (20) que pertenece a la variable "Precarización del trabajo". En la misma variable llama la atención la categoría "Indigente" que aparece con 5 coincidencias. También destacan "Viviendas normales" (16 coincidencias), "Bajo desarrollo de espacio públicos" (15) y "Suburbio en el límite de la ciudad" (10), que dan cuenta de la variable "Barrios suburbanos". De la ciudad informal la categoría más codificada fue "Anomalía urbana", que pertenece a la variable "Urbanización precaria". De la ciudad creativa destaca la categoría "Viviendas de alto valor" (17), que da cuenta de la variable "Zonas habitacionales en proceso de gentrificación". Finalmente, para ciudad informacional, el tipo de ciudad menos codificado, destaca la categoría "Edificios de oficina" (7) que da cuenta de la variable "distritos financieros centrales".

4.1. Información de las secuencias

Las "zonas urbanizadas" prevalecen como la estructura urbana del espacio público más representada, y es lógico que así sea dado que es una categoría muy amplia. A pesar de eso, las "áreas de esparcimiento" están casi ausentes en el decenio, y los números de las áreas abandonadas y las áreas sin urbanizar son menores respecto de otras categorías, pero en ningún caso marginales. Ellos dan cuenta de la precariedad del espacio público en zonas populares (fig. 8).

No hay mucho que decir en referencia al género de los ciudadanos representados, dado que la prevalencia de los hombres por sobre las mujeres era esperada. De igual forma los ciudadanos trabajadores logran las mayores coincidencias en el período (Figs. 9, 10 y 11).

5. Conclusiones

Llama la atención el resultado general del ejercicio. En el visionado de los filmes, antes de la aplicación del protocolo, se esperaba que la ciudad informal, cuyas llamativas imágenes tienen mucha presencia en el corpus, prevaleciera. Por ejemplo: las viviendas precarias o las situaciones de indigencia. Los datos del contexto social del período también reforzaban esa idea. Los 80s fueron para Chile, y muy particularmente para la ciudad de Santiago, un periodo oscuro, de miseria, desempleo, sangre y hambre que detonaron las primeras protestas que remecieron al régimen de facto. Son los años donde se implementan las medidas de corte neoliberal, ajuste que se hizo insoportable para los ciudadanos de menos ingresos, y que Naomi Klein (2007) llama "la doctrina del shock" que utilizó a la economía como "conejillo de indias". Sin embargo, el resultado señala a la ciudad global y creativa como aquellas cuyas categorías coinciden en mayor medida con las secuencias analizadas. Esto no quiere decir que la ciudad representada durante los 80s es una ciudad de orden global o creativa.

La cuantificación sólo señala las veces que un rasgo de dicha ciudad fue marcado, muy probablemente, el mismo en distintas secuencias (p.e. la categoría "artista" en el filme "Imagen Latente" cuyo protagonista es un fotógrafo), lo que produce cierta distorsión. La cuantificación realizada es un dato más a tomar en cuenta, pero en ningún caso es revelador o concluyente. Para que pudiésemos concluir que el período construye simbólicamente una determinada imagen de la ciudad, las secuencias debiesen marcar en forma homogénea, todas o casi todas las categorías puestas en juego que dan cuenta de los procesos sociales de una determinada ciudad (variables). Sí eso no se cumple, sólo estamos en condiciones de señalar que predominan ciertas características de una ciudad, por sobre otras. Para el caso, todas las categorías consignadas en ciudad global, tienen que ver sólo con uno de sus tres indicadores: "economía precaria".

Espacio público representado decenio 1981-1990						
Categorías	Zonas urbanizadas	Estructura vial	Medio de transporte	Áreas abandonadas	Áreas sin urbanizar	Áreas de esparcimiento
Nº de secuencias codificadas	**66**	**52**	**48**	**21**	**13**	**8**
% del total analizado (71)	**92,95**	73,23	67,60	29,57	18,30	11,26

Fig. 8 – Espacio público representado. Fuente: C. Lagos

Ciudadanos representados decenio 1981-1990			
Categorías	**Hombre**	Mujer	Tercer género
Nº de secuencias codificadas	**68**	**48**	**1**
% del total analizado (71)	**95,77**	67,60	1,40

Fig. 9 – Ciudadanos representados. Fuente: C. Lagos

Hombres representados decenio 1981-1990								
Categorías	**Trabajador**	No obs.	Estudiante	Profesional	Antisocial	Indigente	Pensionado	Otros
Nº de secuencias codificadas	**45**	**38**	**24**	**18**	**17**	**8**	**1**	**1**
% del total analizado (71)	**63,38**	53,52	33,80	25,35	23,94	11,26	1,40	1,40

Fig. 10 – Hombres representados. Fuente: C. Lagos

Mujeres representadas decenio 1981-1990								
Categorías	**No obs.**	Trabajadora	Pensionada	Estudiante	Indigente	Profesional.	Antisocial	Otros
Nº de secuencias codificadas	**32**	**28**	**8**	**6**	**3**	**2**	**0**	**0**
% del total analizado (71)	**45,07**	39,43	11,26	8,45	4,22	2,81	0	0

Fig. 11 – Mujeres representadas. Fuente: C. Lagos

6. Bibliografía

Bernete, F. (2014). "Análisis de contenido (cuantitativo y cualitativo)" en Lucas Marín, A. y Noboa, A. (Eds), *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos* (pp. 245-282), Montevideo, Uruguay: Fundación de Cultura Universitaria.

Castells, M. (1989). *The informational city: information, technology, economic, restructuring and the urban-regional process.* Oxford: Basil Blackwell.

—. (1995). *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional.* Madrid: Alianza.

Contardo, O. (2012). *Santiago capital.* Santiago de Chile: Editorial Planeta Chilena.

Duhau, E. (2003). "La ciudad informal, el orden urbano y el derecho a la ciudad" en *Trabajo presentado en el Congreso de la ANPUR* 2003.

—. (2004). *Espacio público y nuevas centralidades: dimensión local y urbanidad en las colonias populares de la ciudad de México.* Toluca (México): Universidad Autónoma del Estado de México.

Florida, R. (2010). *La clase creativa: la transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI.* Barcelona: Paidós.

—. (2009). *Las ciudades creativas: por qué donde vives puedes ser la decisión más importante de tu vida.* Barcelona: Paidós.

Florida, R. y Gates, G. (2002). "Technology and tolerance" en *The Brookings review 20*(1), pp. 32-33, 35.

Glaeser, E. L. (2011). *El triunfo de las ciudades: cómo nuestra mejor creación nos hace más ricos, más inteligentes, más ecológicos, más sanos y más felices.* Madrid: Taurus.

González Requena, J. (1995). *El análisis cinematográfico: teoría y práctica del análisis de la secuencia.* Madrid: Complutense,

Jacobs, J. (1967). *Muerte y vida de las Grandes ciudades.* Madrid: Península.

Jenkins, P. (2011). "Developing Cities in between the Formal and Informal" en *Governing Informal Settlements, on Whose Terms*?, (June 2011), pp. 15-18.

Justiniano, G. (1988). *Sussi.* Arca Ltda., ZDF, Anabese Films.

—. (1990). *Caluga o Menta*. Arca Ltda., ZDF, Anabese Films.

Klein, N. (2007). *La doctrina del shock: el auge del capitalismo del desastre.* Paidós: Barcelona.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica.* Barcelona: Paidós.

Kuhn, T. S. (1977). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Lefebvre, H. (1976). *Espacio y política: el derecho a la ciudad, II*. Barcelona: Península.

Lefebvre, H. (1976). *La revolución urbana*. Madrid: Alianza.

Lorca, C. (1986). *Nemesio*.

Marcuse, P. (2000). *Globalizing cities: a new spatial order?* Oxford; Malden, Mass: Blackwell.

Martín Serrano, M. (2004). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza.

—. (2008). *La mediación social*. Madrid: Akal.

Meyer, J.R. (2002). *Chile: political economy of urban development*. Cambridge (Massachusetts): Harvard University.

Mouesca, J. (1992). *Cine chileno: veinte años: 1970-1990*. Santiago de Chile: Ministerio de Educación, Departamento de Planes y Programas Culturales.

—. (2010). *Breve historia del cine chileno: desde sus orígenes hasta nuestros días*. Santiago de Chile: LOM.

Oecd (2013). *OECD Urban Policy Reviews, Chile 2013*. Santiago de Chile: OECD Publishing.

Ossa, C. y Richard, N. (2004). *Santiago imaginado*. Bogotá: Taurus.

Perelman, P. (1989). *Imagen latente*. Santiago de Chile: Perelman y Del Río Producciones Ltda.

Pino Vásquez, A. y Ojeda Ledesma, G. (2013). "Ciudad y hábitat informal: Las tomas de terreno y la autoconstrucción en las quebradas de Valparaíso" en *Revista INVI 28* (78).

Sánchez, C. (1982). *Los deseos concebidos*. Santiago de Chile: Foco Films.

Sassen, S. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.

—. (1999). *La ciudad global: Nueva York, Londres, Tokio*. Buenos Aires: Eudeba.

Torres, C. (2011). "Ciudad informal colombiana Colombian informal city" en *Bitácora urbano-territorial 1* (11), pp. 53-93.

Vera, L. (1986). *Hechos consumados*. Santiago de Chile.

VV. AA. (2014). *Archivo digital cineteca nacional*. Consultado el 10 de agosto de 2013 en http://cinetecadigital.ccplm.cl/inicio#

VV. AA. (2014). *Cine Chile*. Consultado el 10 de agosto de 2013 en http://www.cinechile.cl/

ÍNDICE ▷

ARQUITECTOS Y DISEÑADORES DE INTERIOR EN LA CIUDAD DIGITAL: UN RETO EN LA FORMACIÓN ONLINE

Camino López García
Luis Barrero
Universidad de Salamanca

1. Formaciones de interiores: el aprendiz y la decoración

El término decoración, cuyo origen proviene del latín *decoratĭo*, se refiere a la tarea de decorar. Este verbo, por su parte, está vinculado a embellecer o adornar algo. El concepto, por otra parte, puede nombrar a lo que decora, a las cosas que se utilizan para ese fin y al arte que se especializa en cómo combinar esos adornos y otros objetos de ornamentación.

Se podría establecer la década de 1840-1850 como la del nacimiento del oficio de decorador de interiores, en el sentido moderno del término. Entendemos por decorador de interiores aquel que orquesta la distribución, el encadenamiento de las estancias, la disposición del mobiliario y de los objetos. Y como oficio artesanal de la época, empieza a ser dominado por una serie de maestros, quizá el más importante de ese momento, Eugène Lami, el decorador de los Rothschild.

La única forma de aprender el nuevo oficio era entrando como aprendiz en el estudio de un maestro reconocido, donde las colaboraciones y experiencias van forjando la madurez hasta el momento en el que deja de seguir el estilo de su maestro para desarrollar uno propio.

2. La academia y el diseño de interiores

En la década de los 50 se produce el fenómeno del consumismo en Estados Unidos. La sociedad exige el diseño del producto para tener mayor garantía de ser consumido. Este fenómeno hace que se desarrollen muchas disciplinas como la moda, el diseño gráfico, el diseño industrial, la publicidad. Y con todas ellas el diseño de interiores, donde ya no sólo consiste en depositar objetos, sino también en profundos conocimientos de composición, color, iluminación, materiales y mobiliario, generando combinaciones que en muchos casos se apoyan en los recientes estudios psicológicos que en ese momento se están desarrollando. Estos estudios, en muchos casos, son la base formativa de las academias, lugares de formación de estas nuevas disciplinas, en los que la práctica se impone en la mayoría de los casos a los conocimientos teóricos.

3. Las carreras universitarias y la arquitectura de interiores

A finales del siglo XX la disciplina del interiorismo va creciendo en auge e interés, y la formación en arquitectura empieza a reforzar sus conocimientos más teóricos. Debido a eso, surge lo que podríamos denominar la arquitectura de interiores, donde se aborda de manera más global el concepto de espacio, idea y programa, conociendo todos ellos a través del desarrollo de un proyecto, de manera muy similar a como se gestiona un proyecto de arquitectura.

El espacio interior se transforma en torno a una idea, que cose todo el desarrollo del proyecto. Todo aquello que forma parte del espacio es susceptible de ser transformado: falsos techos, cubiertas, desniveles, ruptura y ambigüedad de los límites establecidos… Todas estas capacidades, incrementadas por otras más técnicas (construcción, instalaciones…) o de representación,

son conocimientos reglados suficientes como para que surjan nuevas carreras universitarias que respalden las capacidades que deben tener los ejercientes de una nueva profesión: la arquitectura de interiores.

El concepto de estudio de un único diseñador que daba identidad a los proyectos se empieza a transformar, debido a que la nueva realidad comienza a complejizarse, formándose en muchos casos estudios de varios arquitectos y diseñadores que se reparten las responsabilidades.

4. Los títulos propios universitarios y el contract

A principios del siglo XXI, el ámbito académico decidió desarrollar la figura de títulos propios, posteriormente conocidos como másteres profesionalizantes, donde la figura del profesor universitario es alternada por la del profesional, y por lo tanto, los conocimientos más teóricos se equilibran con las experiencias reales. En estas circunstancias nace un nuevo concepto que modifica el actual de arquitectura interior: el contract.

Los estudios de marketing, y del comportamiento del cliente y usuario de los espacios, determinan que éstos deben ser proyectados de una manera global, no solo teniendo en cuenta cuestiones puramente espaciales, sino temas más concretos como el packaking de los productos, la señalética, la gráfica, la identidad social, personal o comercial del espacio. Estas disciplinas son abordadas desde otros ámbitos, que finalmente colaboran de una manera decisiva con los arquitectos de interiores. Estos profesionales, por tanto, también forman parte de un profesorado heterogéneo que aporta diferentes visiones y disciplinas dentro de esta nueva situación.

5. Los entornos mixtos académico-profesionales y el Urban Interior Design

Actualmente ya no podemos asociar los proyectos de contract al espacio exclusivamente interior. El concepto de interior o exterior físico no condiciona ya nuestras actuaciones, los proyectos de contract pierden su exclusividad de larga duración en el tiempo para pasar a entenderse también como actuaciones efímeras, no globales, entendidas como acupuntura urbana. Toda operación realizada en base a la domesticación de un espacio independientemente de cuáles sean los factores que le rodean es lo que se conoce como urban interior design.

El entorno clásico académico se rompe, con la colaboración entre diferentes universidades, que pertenecen a culturas y disciplinas diferentes, y entornos profesionales muy diferentes entre sí. Colectivos multidisciplinares abordan situaciones urbanas complejas, y los ámbitos académicos y profesionales se mezclan sin establecer unos límites claros.

6. Los entornos formativos virtuales y el Urban Interior Digital Design

El último paso que se está dando en esta relación entre la formación y el espacio doméstico, es la inclusión del mundo virtual, que altera ambos mundos. Por un lado, dentro del ámbito académico, la relevancia que toma la autonomía del estudiante que decide aprender desde el lugar y en el momento que él mismo decide, incluso la forma en que quiere hacerlo con la posibilidad de parametrizar su evolución. Las herramientas digitales han multiplicado las formas de relación, han roto las jerarquías, han permitido el trabajo y la corrección a distancia, enriqueciendo en muchos casos los procesos de investigación y desarrollo de las ideas.

Todas estas virtudes de la formación online son también aplicables a la generación de espacios domésticos en entornos urbanos potenciados con el uso de las nuevas tecnologías y proyectos virtuales, espacios que tienen la capacidad de interactuar y ser transformados por el usuario, es lo que conocemos como urban interior digital design. Los conceptos domésticos de color, material, e iluminación gracias a los entornos virtuales, son capaces de transformarse a lo largo del tiempo, por medio de la obtención y análisis de datos de usuarios que son transformados en respuestas materiales. Es decir, se produce la misma ruptura del espacio-tiempo que se produce en las últimas experiencias formativas online.

7. Nuevas necesidades, nuevo perfil de diseñador

En la Universidad de Salamanca disponemos como Título Propio del Máster en Arquitectura y Diseño de Interior (MADin USAL) que desde hace 25 años prepara a nuevas generaciones de diseñadores y arquitectos. En su última etapa y tras la llegada del nuevo equipo de Dirección y Coordinación, se ha creado un plan de innovación que pretende potenciar nuevos métodos de aprendizaje y considerar contenidos de gran relevancia actual que faciliten a los alumnos la adquisición de una formación de calidad.

Todo este trabajo ha generado una buena reputación del Máster, lo cual ha tenido como consecuencia la demanda de formación online, debido a candidatos que no pueden desplazarse hasta Salamanca para integrarse en el Máster.

Por esta razón, hemos creado el MADin Online, que ofrece Diplomas de Extensión Universitaria a través de Internet con formación sustraída directamente del Máster. Tanto es así, que los propios profesores del Máster participan como tutores online y los créditos de los cursos tienen la posibilidad de ser convalidados por créditos del Máster presencial.

Este tipo de formación supone un reto para la educación tradicional de materias como el diseño y la arquitectura, que hasta ahora estaban limitadas a la interacción directa entre el profesor, el alumno y el espacio a transformar.

Son muchas universidades las que eligen desarrollar su formación online a través de los LMS, en concreto, a través del Moodle. No obstante, existen otras plataformas similares como Chamilo, ATutor, Share Point de Microsoft, SumTotal, e-doceo, Blackboard, Shakai…Todas ellas facilitan un soporte online que poder utilizar como repositorio de información y lugar de interacción con el alumno. Están creadas únicamente para esta función formativa y no tiene otro uso. Los únicos actores que se integran en ellas son el profesor y el alumno, creando estructuras de educación formal esencialmente de corte académico (Jorge, 2013: 4).

Esta realidad dista mucho de los objetivos prácticos y profesionales que queremos infundir en nuestros alumnos, pero incluso la Universidad de Salamanca utiliza una plataforma conocida como Studium que se basa en un LMS llamado Moodle. Este sistema genera salas de trabajo que se destinan para impartir cursos, disponemos de foros, de aplicaciones para integrar cajones de entregas de trabajo, páginas web, vídeos… pero su estructura es muy estática, poco intuitiva y natural además de vertical, donde el profesor tiene el poder jerárquico más elevado en la edición y transformación del entorno. Este espacio es justo lo contrario de lo que pretendemos lograr día a día: que los alumnos experimenten sobre entornos reales de trabajo (Iglesias Rodríguez; Olmos Migueláñez; Torrecilla Sánchez; Mena Marcos, 2014: 3).

Las redes sociales de las que disponemos de manera informal en nuestra vida cotidiana, son muy diferentes a estos entornos cerrados y controlados, no solo en estructura sino en calidad y hábitos de interacción y comportamiento con otras personas (Wasserman; Faust, 2013: 5). El nuevo diseñador de interior y arquitecto debe saber moverse y saber cómo interactuar y presentar un proyecto a través de las vías telemáticas, no solo a un posible cliente, sino a sus propios compañeros de trabajo. Estamos en un mundo globalizado donde para formar parte de un equipo de trabajo ya no es necesario estar en el mismo espacio físico, y el desarrollo de competencias profesionales que lo hagan posible es cada día más importante (Jiménez Galán; Hernández Jaime; González, 2013: 6).

Pero todo esto va más allá. El nuevo profesional del diseño debe ser una persona que esté a la última en las novedades y tendencias actuales, pero que además sepa cómo comunicarlo a través de Internet y qué tipo de información debe seleccionar como valiosa. Estas facultades son propias del Community Manager y del Content Curator (George, 2013: 53), habilidades que deben aprender nuestros alumnos. El nuevo perfil de diseñador, similar al Knowmad, debe ser una persona que conozca y domine la interacción social a través de medios audiovisuales, para establecer contacto digital con sus clientes por medios de videoconferencia (Arce, 2013: 7). Todo ello es necesario para los pasos previos a la creación del proyecto, pero su presentación no está exenta de novedades. Para romper con la barrera de la falta de entendimiento entre el cliente y el diseñador, nuestros alumnos deben ser capaces de transformar su proyecto a una visión más natural, a través de la realidad aumentada (Fonseca; Martí; Navarro Delgado; Redondo Domínguez; Sánchez Riera; 2013: 4). De este modo, el cliente puede ver directamente sobre el espacio la transformación del entorno.

Por todas estas razones, hemos decidido crear una estructura docente que permita al alumno desarrollar todas estas habilidades y competencias técnicas y metodológicas a través del estudio de los contenidos del curso.

8. Objetivos

Nuestra máxima preocupación es que el alumno, una vez recibida la formación, sea capaz de integrarse en la actividad profesional que el mundo actual demanda. Por ello, hemos establecido una serie de objetivos que debemos conseguir a través de la formación online:

a) El alumno será capaz de crear y ajustar una adecuada identidad digital, coherente a su desarrollo profesional.

b) El alumno sabrá comunicar su proyecto a través de los entornos sociales para acercarlo al mundo y darlo a conocer.

c) El alumno deberá ser capaz de resolver las situaciones que entorpezcan la interacción con su cliente.

d) El alumno podrá ser capaz de acercar su proyecto en realidad aumentada a sus clientes.

Todos estos objetivos deben ser cumplidos a través de una estructura formativa que pretende ir más allá de los medios de los que disponemos en la USAL, con el Moodle. A continuación se ofrece la explicación de las diferentes fases del trabajo.

9. Estrategia formativa

Durante la formación perseguimos el objetivo de que nuestros alumnos sean capaces de afrontar y superar con éxito situaciones de trabajo virtual y físico. Por ello, hemos creado diferentes momentos clave que integramos en la formación, y que suponen puntos fundamentales que indican el avance del alumno a través del curso:

- Identidad digital: comunicación y definición de la marca.
- Establecimiento de contacto con el cliente.
- Entrevista y estudio de la individualidad del cliente y su petición.
- Muestra del proyecto.

Nuestra formación está pensada para que el alumno la lleve a cabo a través del curso online, pero además también queremos que desarrolle estrategias que le permitan ser competente en entornos no virtuales. Por ello, integramos ambas formaciones a través de las siguientes dinámicas que parten de los cuatro momentos claves en la formación:

a) Identidad digital y comunicación de marca: el alumno ha de tener tanto su identidad "real" como virtual adecuada a su trabajo. Para ello potenciamos iniciativas de ajuste de los entornos sociales del diseñador, además de potenciar la transformación de sus tarjetas de representación a formatos digitales, basados en la realidad aumentada. Además, la formación incluye la creación de una inicial estrategia de Social Media vinculada al desarrollo de habilidades de Community Manager y Content Curator. Fundamentalmente, abarcamos redes sociales como Linkedin, Twitter y Facebook, sin olvidar otros entornos como los blogs o páginas web.

b) Contacto con el cliente: una vez se establece contacto, debemos enfocar esta comunicación a través de herramientas de gestión de contactos y de la información que éstos generan. En este caso, potenciamos el uso de Gmail y Google Drive, para que se mantengan en comunicación directa a la hora del almacenamiento y la catalogación de la información.

c) Entrevista y estudio: esta fase es crucial, sobre todo si se realiza de forma virtual. El profesor del curso se convierte en cliente y el alumno en diseñador profesional que debe mantener una entrevista en la cual consiga la mayor cantidad de datos posibles sobre los deseos del cliente. Para que esta comunicación se realice de manera eficiente, consideramos el uso de los Google Hangouts como herramienta con grandes posibilidades.

d) Muestra del proyecto: este momento es decisivo. Un gran proyecto mal comunicado o presentado puede ser visto como mediocre o que no cumple las expectativas del cliente. En la mayor parte de los casos el problema suele estar en el sistema de comprensión de éste, que no suele entender el lenguaje visual y no es capaz de trasladar el prototipo del diseño al entorno real que quiere reformar. Nuestros alumnos tienen la posibilidad de presentar sus proyectos a través de realidad aumentada, y que sea el propio cliente el que interactúe con el nuevo diseño en el mismo entorno de trabajo.

10. Desarrollo

Para que la interacción por estos medios virtuales ajenos al Moodle que sustenta la formación tradicional online en la USAL sea posible, hemos tenido que ajustar la metodología del curso. El objetivo que se contempla es que el alumno desarrolle un proyecto profesional de elección personal que pueda tener aplicación en su vida real, y que este sirva de carta de presentación del alumno como candidato a posibles trabajos que esté en su deseo demandar.

En cuanto a la metodología, hemos considerado que el profesor debe asumir diferentes roles que acompañen al desarrollo del proyecto:

- Guía de procesos.
- Cliente.
- Experto evaluador.

El rol del alumno, en cambio, debe facilitarle la adquisición de nuevas habilidades de gestión de la información y aprendizaje a lo largo de la vida. Por ello, potenciaremos el aprendizaje informal o invisible además del trabajo colaborativo. En este caso,

herramientas como Google Drive y Prezi son muy interesantes para considerar entre diferentes componentes de un equipo.

11. Evaluación y conclusiones

Como responsables de la creación de esta nueva estructura docente de formación online, consideramos primordial comprender si cumple con los objetivos que hemos concretado. Para ello estamos creando unas herramientas de recogida de datos que nos faciliten suficiente información como para extraer unas conclusiones. Contemplamos un proceso pre test y post test considerando herramientas de recogida de datos basadas en la observación, entrevista y cuestionario. Los datos que obtendremos nos aportarán una visión completa del desarrollo de los alumnos a través de esta estructura de formación online, permitiéndonos mejorar y avanzar para aportar la mejor formación posible en este campo.

Nuestras expectativas son optimistas, aunque somos realistas. Somos conscientes de que nuestros alumnos son inmigrantes digitales con diferente nivel de competencia digital. Estas características pueden dificultad el proceso de trabajo, pero pretendemos superarlas a través de ofrecer una formación lo más personal posible.

12. Bibliografía

Arce, R. A. (2013). "Mobile learning: aprendizaje móvil como complemento de una estrategia de trabajo colaborativo con herramientas Web 2 y entorno virtual de aprendizaje WebUNLP en modalidad de blended learning" en *I Jornadas Nacionales de TIC e Innovación en el Aula*. Consultado el 25 de marzo de 2014 en http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/26538.

Chaminade University. *Environmental and Interior Design.* Consultado el 12 de febrero de 2014 en http://www.chaminade.edu/hfa/interior_design.php

Defiiningnz. *Laying the foundations: 1928-1954.* Consultado el 19 de febrero de 2014 en http://defiiningnz.com/a-storied-history-a-gallery-of-images-from-masseys-past-1928-1940/#gallery

Fonseca, D., Martí, N., Navarro Delgado, I., Redondo Domínguez, E. y Sánchez Riera, A. (2013). "Uso de la Realidad Aumentada como Plataforma Educativa en la Visualización Arquitectónica. Evaluación del Grado de Satisfacción y Usabilidad por parte del Alumnado" en *SIIE 2012: Actas del XIV Simposio Internacional de Informática Educativa: Andorra la Vella, Andorra: 29 al 31 de Octubre de 2012* (pp. 337-342). Andorra La Vella: Enginyeria i Arquitectura La Salle. Universitat Ramon Llull.

George, L. (2013). "Deconstructing the City of Angels: Lynn Garrett's keys to the virtual city" en *Boom: A Journal of California*, *3*(1), pp. 50-55.

Iglesias Rodríguez, A., Olmos Migueláñez, S., Torrecilla Sánchez, E. M. y Mena Marcos, J. J. (2014). "Evaluar para optimizar el uso de la plataforma moodle (studium) en el departamento de didáctica, organización y métodos de investigación" en *Tendencias Pedagógicas*. Consultado el 25 de marzo de 2014 en http://hdl.handle.net/10486/660072

Jiménez Galán, Y. I., Hernández Jaime, J. y González, M. A. (2013). *Competencias profesionales en la educación superior: justificación, evaluación y análisis.* Consultado el 25 de marzo de 2014 en http://www.repositoriodigital.ipn.mx/handle/123456789/16671.

Jorge, A. G. (2013). *Propuesta de Diseño y Desarrollo de un LMS Social*. Consultado el 25 de marzo de 2014 en http://www.eps.uam.es/nueva_web/intranet/ga/tfdm/trabajos/Antonio_Garmendia_Jorge.pdf

Musée d'Orsay (2008*). El decorador y el aficionado de arte. Dibujos y decoración de interior.* Consultado el 20 de febrero de 2014 en http://www.musee-orsay.fr/es/eventos/exposiciones/archivos/exposiciones-archivos/browse/8/article/le-decorateur-et-lamateur-dart-7832.html?S=1&tx_ttnews%5BbackPid%5D=252&cHash=0d4f3e00ab&print=1&no_cache=1

Ortlos: *Responsive Public Space.* Consultado el 17 de marzo de 2014 en http://www.ortlos.com/space_engineering/news/responsive-public-space/

Wasserman, S. y Faust, K. (2013). *Análisis de redes sociales. Métodos y aplicaciones*, *vol. 10.* CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas. Nueva York: Cambridge University Press.

ÍNDICE ▷

NOTAS DE ESCAPARATISMO EN ALIMENTACIÓN: LA CIUDAD ENTRE EL CONSUMO DE HÁBITOS Y TENDENCIAS

Mª Aurora López López, Luis Rodrigo Martín, Isabel Rodrigo Martín
Universidad de Valladolid

1. Introducción: de la realidad escaparatista a la alimentación

Habitar es la expresión de la precisa relación del ser humano con el mundo[1].

Caminar por las calles de cualquier ciudad, pueblo, o zona urbanizada, y analizar su realidad comercial resulta interesante sea cual sea nuestra finalidad, pero si ponemos el acento sobre el sector de la alimentación, y su manera de concebirse arquitectónicamente hablando, en cuanto a su verosímil irrupción paisajística, por cómo ésta viene a condicionar la forma según la cual comprender su sentido comercial, es que percibimos estar ante un fenómeno invadido por la gran disparidad de manifestaciones que alberga con total incongruencia, y de ahí, que estudiarlo nos vaya a servir para poner sobre la mesa no sólo los interrogantes causantes de tanta expectación sobre el mismo, sino el ápice oportuno de reflexión que vislumbre la cierta incoherencia en el uso de la técnica del escaparatismo en nuestros tiempos para la creación de entornos alimentarios.

El punto de partida es, por tanto, la aproximación hacia un conocimiento en este ámbito que convenga en ser concluyente con respecto a si en la actualidad podríamos afirmar encontrarnos ante una práctica clasista y aún muy tradicional de la técnica del escaparatismo para la industria alimentaria, en relación precisamente a ese eslabón de la cadena final de consumo que permite su disfrute al consumidor final.

[1] Maurice Merleau-Ponty (1908-1961), filósofo existencialista francés.

La convergencia de diferentes modelos y/o formatos comerciales de los últimos años, que con tanta fuerza han transformado el sector de la distribución relativa a estos productos del mercado, influyendo obviamente también en el desarrollo de nuevos hábitos de consumo, han marcado también la conformación y estructuración de los escaparates comerciales por lo que a su labor como dispositivos comunicadores de primer nivel e importancia se refiere, concediéndoseles una mayor o menor consideración según para que casos y ocasiones.

Las tendencias en consumo expresan con total certeza el sentido del escaparatismo, acercándonos a la comprensión de la lógica que puede tener su existencia y su ausencia, y por ello, sólo intentar algo tan desconcertante ya merecía la pena. Se dice que el escaparate como elemento visual es un reflejo de nuestros deseos, y esta conclusión tan verdadera requiere eludir su oficial rol estratégico sobre el porcentaje de ventas, para entender una cuestión más primaria y vital: si realmente la alimentación que venden nuestros escaparates es aquella ideal, la que queremos en nuestros hogares, ¿cómo afrontarla en la era del *low cost*?

El escaparatismo en alimentación es peculiar, porque no todos los comercios del sector hacen uso de esta técnica, y porque existe un uso predominante y ciertamente exclusivo de ésta por parte de una categoría especial y minoritaria de comerciantes, que nunca prescinde de sus estrategias, de su forma de persuadir al consumidor a través de la generación de un lenguaje comercial que con base en la emoción no evita a la razón, y cuyo conjunto y visibilidad cautivan y fascinan no sólo al consumidor, sino a todo viandante.

2. La técnica

Ahondar en la técnica del escaparatismo en estos momentos no serviría para aportar un mayor conocimiento sobre ésta, porque no es ésta precisamente la finalidad implícita en este documento, esa teoría es famosamente conocida por todos los próximos al mundo del marketing y su aplicación a la gestión comercial, pues es bien sabido que el estudio del escaparate pasa por conocer ciertos temas de interiorismo comercial, que nos acercan a la tipificación de las diferentes clases de escaparates, las técnicas de programación, diseño y montaje, así como su ejecución y políticas de seguimiento y rentabilidad global.

La importancia del escaparate es suprema, y su abolición sería la posición más drástica pero que mejor nos permitiría visionar su relevancia. Una red comercial sin escaparates, sería casi como una ciudad sin tiendas, sin espacios de consumo, sin lugares de inspiración y evasión de las rutinas, una vida sin ensoñación, pero ¿conlleva esta idea la fidelidad a la técnica? es decir, ¿son todos los sectores económicos igualmente proclives al uso del escaparatismo como eficiente estrategia comercial?

He aquí donde se comprueban las primeras anomalías con respecto a la teoría. En primer lugar, la creación de la imagen de un establecimiento, depende, en principio, de la atmósfera que se crea a partir de las características físicas del mismo. Eduardo Más (1996), nos explica que la función primordial del interiorismo es lograr ambientes confortables, estéticos, etc., desarrollando dos novedosos conceptos del ámbito comercial: la funcionalidad y la rentabilidad.

Basándonos en los criterios que apunta Eduardo Más, un establecimiento debe cubrir los siguientes aspectos:

a) Visibilidad: se debe procurar que desde la puerta sean visibles todos los rincones del establecimiento, procurando evitar ese miedo natural del público, que por naturaleza, es tímido y retraído al entrar en lugar que desconoce. La luz genera alegría, confianza y seguridad.

b) Amplitud: es imprescindible que nuestros clientes puedan moverse tranquila y cómodamente por nuestros establecimientos sin obstáculos que los condiciones excesivamente. Sobre todo, procurar que los productos no se masifiquen como consecuencia de las estrecheces.

c) Luz: como medio de iluminación debe ser uniforme, esto es, evitar las sombras y los contrastes, además debe utilizarse un tipo de luz indirecta o difusa, a la vez que proporcione la mayor naturalidad posible. Como medio de decoración, debe ajustarse a lo expuesto; normalmente se utilizan lámparas halógenas y también sistemas de luz de neón. Como medio de ventas: las técnicas psicológicas aplicadas al marketing y la publicidad establecen que la luz es imán de la concentración de la mente. Como regla general, siempre se vende lo primero que el cliente ve.

d) Color: La Teoría del Color nos explica cómo nos influye la percepción de los colores. Por tanto la elección de los mismos para nuestro establecimiento será decisiva para el éxito del mismo. Por ejemplo, una tienda de alimentación pintada de verde puede aumentar su rentabilidad si se pinta de naranja o amarillo.

e) Ambientación sonora: la música ambiental debe producir sensación de "bienestar" en el cliente. Este factor también condiciona el tipo de cliente a atraer y por tanto, la imagen del establecimiento.

f) Decoración: es la parte más visible del establecimiento y el primer elemento que proporciona la primera impresión sobre nuestra imagen.

Dentro de la decoración, el escaparate es un sistema activo de comunicación comercial que, mediante la utilización de diferentes estímulos sensoriales, pretende influir sobre las decisiones de compra de los clientes desde el exterior de los establecimientos. Sin embargo, desde los años 90 hasta la actualidad se ha hecho muy notorio el escaparatismo aplicado a los comercios del sector textil, del sector mobiliario, así como de otros sectores de venta de objetos más superfluos en principio y menos necesarios, pero su aplicación al sector de la alimentación no ha cursado de manera similar, y aquí su adaptación a la realidad urbana es más variopinta y sorprendente.

3. Escaparatismo y hábitos de consumo en alimentación: convergencias y divergencias

El estudio de la transformación del pequeño comercio tradicional de alimentación, puede que nos traiga interesantes convicciones de cómo la impronta de su evolución ha marcado también el desarrollo del escaparatismo en alimentación para los entornos habitables, y como dependiendo a su vez de las características de estos entornos es que podemos encontrar la predominancia mayor o menor de ciertos sistemas de venta que hacen un uso más acusado o no del escaparate como técnica comercial.

La certeza de que el escaparatismo en alimentación acepta particularidades de estudio no es intuitiva, la propia evolución del sector y su sistema de distribución nos explica fehacientemente que ha ocurrido. La aparición del sistema de venta libre, inicialmente conocido como autoservicio, sirvió para hacer de los establecimientos comerciales de alimentación unos escaparates palpables del consumo, directos con el usuario, en los que se mezclaba la visualización de la mercancía con la capacidad de tocarla, y permitir valorarla con todos los sentidos, para provocar su adquisición inminente. La posibilidad de que el consumidor decidiera a lo largo del establecimiento qué comprar y qué no comprar, de manipular las mercancías con total libertad, pudiendo rectificar la adquisición de las mismas cuantas veces quisiera sin sentirse intimidado y sin necesidad de tener que dar explicaciones, ni perder el tiempo en hablar sin quererlo con ningún dependiente, fue tan revolucionaria, que terminó por provocar una nueva conformación de los hábitos de consumo que habría sido impensable sin la implantación de este nuevo formato de venta denominado *autoservicio* o *libre servicio*.

Supermercados e hipermercados como cabezas líderes de este nuevo sistema de venta, comienzan a provocar en el consumidor la satisfacción de suponer un escaparate de mercancías a su alcance. Este novedoso concepto ha influido asimismo en la transformación y posterior configuración del pequeño comercio tradicional superviviente a esta oleada de nuevos establecimientos comerciales de la industria alimentaria, y por ello conviene también detenernos en valorar su evolución, la influencias recibidas, los altibajos que la implementación de este nuevo modelo le ha ocasionado, y entre todo lo demás, observar la importancia que para su perdurabilidad ha tenido el escaparatismo como elemento de gestión y salvación indispensable.

El pequeño comercio tradicional de alimentación, lógicamente vio muy afectada su red comercial con la introducción del moderno sistema de distribución comercial minorista que hizo posible en los años 60 (aunque aún de manera muy conservadora) la aparición de los nuevos formatos comerciales de productos de gran consumo en España, cuya etapa álgida llegaría en los años 80. La tienda de ultramarinos de toda la vida, se quedó completamente obsoleta, en cuanto a profundidad de surtido, en cuanto a capacidad de venta, en cuanto a capacidad estética, de sorpresa, como atractivo comercial, etc. Su sistema resultaba tan anticuado que quedaría en la sombra, y tras sufrir una caída en las ventas sin parangón, y sin igual a lo largo de su historia, la tienda clásica tuvo que afrontar un intenso y profundo período de crisis económica cuya subsistencia lógicamente pasaría por una readaptación de su sistema tradicional de venta a las nuevas normas mercadotécnicas procedentes de la implantación de ese moderno sistema de distribución minorista.

Esa capacidad de resiliencia del pequeño comerciante frente a los avatares propios de los nuevos tiempos económicos dispuestos por la internacionalización masiva de los mercados, y las nuevas políticas orientadas a la globalización, en la que tanto poder adquirieron las multinacionales, sería crucial para poder afrontar una nueva etapa dentro de sus negocios, que sin duda superarían gracias a la gran valorización que siempre han recibido el sector agroalimentario y la gastronomía de nuestro país, debido en parte, y entre otras circunstancias, a la importancia de la tradición del "savoir-faire" en este sentido, y al entusiasmo de los españoles en la defensa de su patria a través de la riqueza y diversidad que encontramos en este sector, donde las herencias de generación en generación han ido transformándolo convirtiendo esa solera acumulada con el paso de los años en la característica más apremiante y comercial de su mercado.

Por eso, llama la atención que aún habiéndose desarrollado extraordinariamente el marketing y su aplicación a la gestión comercial, y siendo el escaparatismo una de sus técnicas estrella, su implementación en el sector de la distribución comercial de productos de alimentación principalmente sea tan dispar, y de un lado podamos ver como para los nuevos formatos comerciales (supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, tiendas de descuento duro y blando, category killers, etc.) las diligencias en este terreno son escasas o nulas en cuanto a su proyección tradicional (vitrina visible a la calle con exposición permanente y/o temporal de productos representativos del establecimiento); mientras, por otro lado, la evolución del pequeño comercio de alimentación, nos permite observar, que la readaptación del formato de tienda clásica a la actualidad si ha mejorado en algo, y su fórmula promete un futuro en el medio-largo plazo, se debe a la inclusión a conciencia de la técnica del escaparatismo, como aquella capaz de sofisticar el establecimiento, y facilitar al consumidor una visión rápida y general del mismo, de su surtido, de su filosofía comercial.

Cabe señalar en relación a esto, que se aprecia una tendencia bastante común en cuanto al uso del escaparatismo como técnica comercial en lo relativo a la creación de espacios tradicionales de consumo de alimentación, y que de la mano de la moda, la mayoría

de establecimientos de esta categoría, que están posicionados en el mercado de acuerdo a estas características, presentan una oferta de surtido generalmente de perfil menos marquista (sus proveedores son comúnmente poco conocidos a nivel comercial y distintos de aquellos que sirven a la gran superficie), con precios normalmente más altos, debido también al encarecimiento superior de las materias primas que trabajan, y localizados en su mayoría en las zonas peatonales y/o céntricas de las ciudades, como comercios a su vez de carácter turístico, coincidiendo casi siempre en ser altos representantes de los productos cercanos a su zona de localización geográfica, destacando así entre su surtido todo el género identificado con etiquetas de denominación de origen o IGP (identificación geográfica protegida), etc.

Precisamente la incorporación de las técnicas de escaparatismo a este tipo de comercios es más ambigua y su característica más común y relevante entre todos ellos suele residir en una tendencia muy clara destinada a ampliar su visibilidad, es decir, hacer de esos espacios generalmente pequeñitos, un gran atractivo visual por medio del aperturismo del mismo a través de elementos arquitectónicos claves como tiendas escaparate (fachadas-escaparate, locales completamente acristalados), que complementados con un sistema de venta mixta (personal y libre) consiguen posicionarse competitivamente como puntos comerciales muy atractivos, cuyo potencial en la captación de una clientela muy variada pero continua es sobre todo creciente, aunque en su cuenta de pérdidas y ganancias las fluctuaciones sean más acusadas debido a que el consumo de sus bienes y servicios es más ocasional, dependiendo su volumen de factores menos controlables como son las festividades, el tiempo y las estaciones, los resultados del sector turístico, la facilidad de acceso al establecimiento (tráfico rodado y/o a pie, o exclusivamente este último), las estrategias de pricing, la disponibilidad *in situ* y puntual del surtido, etc.

Por tanto, esta afirmación viene también a corroborar la esencia del hábito, que está sin duda en el consumo asiduo y frecuente de los productos de alimentación en centros comerciales, grandes y/o medianas superficies de *libre servicio*, que incluyen infinidad de artículos y atienden nuestra demanda en todas las categorías posibles y requeridas: pescadería, carnicería, pollería, frutería, etc., mientras la tendencia, lo general por acción de la moda, se plasma y se observa en el *comercio renovado y especializado de alimentación* (López, 2013: 441), también conocido como *boutique de alimentación*, o *tienda gourmet*, actuando como centro de compras esporádicas, cuya constancia y fidelidad queda sujeta a una escasa variedad de surtidos, y cuya estrategia principal

Fig. 1 – Comercio tradicional: modelo tienda escaparate. Fuente: Carnicería Barcala, imagen realizada por Guillermo Barcala (www.guillermobarcalafotografias.com)

de ventas se centra en el uso del escaparatismo como técnica comercial de éxito, y la máxima rentabilización y funcionalidad del espacio arquitéctonico mediante una adecuada aplicación de las técnicas de interiorismo (disposición del mobiliario, decoración y diseño del establecimiento, etc.). Queda así de igual modo ya señalada otra de las complicaciones a las que se enfrenta el pequeño comercio frente a la cadena de distribución, en tanto en cuanto dentro de las estrategias de marketing cuyo desarrollo es prioritario para el moderno canal de distribución minorista prevalece en la actualidad hoy más que nunca la fidelización del cliente (Sainz de Vicuña, 1996: 282). En este sentido, puede observarse además el gran impacto que han tenido en los mercados las estrategias a su vez de MDD (marcas de distribuidor, marcas blancas) frente a MDF (marcas de fabricantes, originales primeras marcas)[2].

Inevitablemente, esta realidad comercial resulta coherente de este modo y acorde a la situación económica que atraviesa el país de una parte, puesto que el consumo de productos tradicionales y/o artesanales cuya distribución es más especializada y propia de los pequeños establecimientos de alimentación que se han adaptado al desarrollo del moderno sistema de venta minorista, no permite una práctica pródiga y sostenible para la mayoría de las familias dado el sobreprecio que su consumo implica. Sin embargo, las grandes cadenas de distribución de alimentación

[2] Para obtener una mayor información, muy detallada, sobre esta estrategia de marketing en distribución comercial puede consultarse al completo el documento de auditoría y consultoría realizado por The Battle Group: Análisis de la competencia en el mercado minorista de distribución en España (2012).

que trabajan con grandes volúmenes de negocio, lo cual les repercute en la minoración de costes, consiguen así mediante escasos márgenes de beneficio la generación de altos ingresos, y el enriquecimiento de sus gigantescas cuentas. Pero desde un punto de vista estético y racional, la lógica no acompaña la desolación que presencia de la cadena de distribución y sus establecimientos generan en el paisaje urbanístico, es decir la falta de integración de sus elementos visuales y arquitectónicos con armonía dentro del espacio habitado, y ello no parece importar al público que afanado se adentra en sus instalaciones para aprovechar sus ventajosas condiciones comerciales (precios más bajos, servicio de aparcamiento, mayor variedad de surtido, etc.).

El pequeño comercio, en su intensa lucha por la independencia, por la autonomía de la empresa, como parte de la riqueza de un país al servicio de la mejora competitiva y el favorecimiento de la multiculturalidad como activo excelso de la auténtica globalización, si ha buscado la inclusión de su arquitectura interior y exterior con respeto a la otra propia de la ciudad, del terreno en el que se ubica, y no por ello ha conseguido un reconocimiento más plausible, ni las pautas de compra se han modificado lo suficiente para que hoy, o a partir de este momento, pueda sentirte salvaguardado y libre de las amenazas imperialistas procedentes de la otra parte arrasadora.

Entre el gusto por lo exquisito y el consumo de necesidades llenas de banalidad, se encuentran nuestras ciudades, desbordadas por estrategias comerciales de dudosa eficacia en algunos casos, pero completamente exitosas en otros, y la supresión de todo marketing previamente aplicado a las ventas como punto clave para cerciorarnos de la tristeza que supondría llevar una vida en la que el consumo no estuviera supeditado a sus parámetros actuales.

Múltiples sectores se han ido profesionalizando en los últimos años con verdadera severidad, centrando sus estrategias de crecimiento en una apuesta firme por la consolidación de sus procesos de producción y la excelencia natural de sus materias primas de gran calidad original, entre los cuales podemos destacar: el sector oleo vinícola; la industria artesana de quesos con denominación de origen, la industria artesana conservera (hortalizas y pescados principalmente), entre otros, albergando todos ellos un punto en común sumamente importante y que alude al modelo de distribución comercial exclusiva escogido, que liderado por el servicio que presta *el pequeño comercio tradicional de alimentación profesional y especializado*, utiliza casi prominentemente este canal de venta como el único capaz de reportarle el caché y posicionamiento al producto que se desea obtener en el mercado y que perciba la clientela. Además, cabe también señalar, que en la mayoría de ocasiones la profesionalización y revalorización del sector agroalimentario en cuanto al crecimiento patente de sus industrias artesanas y familiares, mediante el visible sostenimiento y aumento de sus empresas conformantes en los últimos años, que asociadas o protegidas por plataformas clústers consiguen establecerse en los mercados y recibir la aprobación del sistema social y económico que necesitan, con supremacía ofrecen un sistema de negocios liderado por aquellos dedicados a la fabricación de productos poco o nada perecederos según la forma de presentación final en la que estos son ofertados, permitiendo dicha característica generar un volumen de stock duradero considerable y consecuentemente poco arriesgado en momentos inestables de compra-venta en los mercados, en los que las cuotas varían más a menudo y los porcentajes de beneficios fluctúan desconsideradamente en un intento desmedido de ajuste continuo a la imprevisible ley de oferta y demanda que procuran los momentos de crisis como el actual.

Es precisamente el modelo de comercio destinado a la oferta de este tipo de surtido aquel que ha conseguido comprender la continuidad de su existencia mediante una remodelación comercial en la que el protagonismo absoluto lo ha alcanzado el uso del escaparate como técnica de venta máxime. Pero asimismo, los comercios destinados a la venta de productos más perecederos, como los productos frescos: fruterías, pescaderías, etc., aún no son altamente representativos en cuanto a su adaptación estética a los mercados en función de las tendencias de consumo presentes, y carecen en gran medida de un sistema estratégico de venta así como de decoración y escaparatismo profesional que guíe sus negocios y les genere mayor visibilidad y capacidad de venta.

4. Conclusiones: la alimentación entre lo estético y lo funcional

Hablar de la ciudad entre el consumo de hábitos y tendencias por lo que a nuestra alimentación se refiere, resulta en principio una obviedad cuando al acercarnos a la evaluación y medición de la aplicación de la técnica del escaparatismo y su gran abanico de contrariedades, comprendemos la manifestación de movimientos generalizados en consumo que ante todo generan una especie de controversia sistémica, porque mantienen a la sociedad sin una respuesta firme y soberana sobre dicho acto en sí mismo, con toda la importancia que el consumo de alimentación merece,

camuflando a su vez el interés creciente de la población por la profesionalización y especialización de este sector y la creación de sistemas de distribución más accesibles, sostenibles y garantes.

El escaparatismo en alimentación viene a demostrar el producto de alimentación como un bien de moda, eclipsado por tendencias consumidoras temporales más propensas al deleite puntual del mismo que a la aceptación de éste dentro de nuestra rutina alimentaria como materia prima básica e indispensable, necesaria.

La red comercial de moderna distribución minorista, altamente masificada y saturada por la incorporación a nuestro sistema de cadenas empresariales multinacionales que han capturado los mercados con absoluta gobernanza, instaurando un modelo de supeditación y sumisión irremediable para el consumidor, pretenden continuar ajenas a la importancia de la armonía y belleza del entorno urbano, instando a su vez a la red de pequeños comercios a una lucha permanente de supervivencia, que tan sólo es sostenible mediante la anulación de éste ante la posibilidad de ofertar sus mismos productos, y creando todo un sistema elitista de alimentación del que tan sólo éste será capaz de sacar partido mientras sus ansias monetaristas se alejen de acceder a la inclusión dentro de su surtido de este tipo de bienes, muchos de los cuales ya comienzan a incorporarse en las estanterías de sus establecimientos comerciales.

La guerra de precios gana la partida a la estética escaparatista, y por tanto a la imagen bella de los productos, a su calidad, y a su sistema tradicional de venta. La aglomeración de las mercancías a disposición del consumidor, mediante la gestión estratégica de *facings* (Bastos, 2006), la recreación permanente de envases condicionados por las más efímeras y falsamente suntuosas técnicas de packaging las promociones, y así infinidad de técnicas de marketing, parecen librar una batalla de mercado de fatídica disputa entre lo estético y lo funcional, en la que la irreflexión pretende ganar de la mano de la rapidez y velocidad del nuevo ritmo de vida, en contra de la recreación, el goce y la complacencia.

Todo ello contribuye a mostrar lo que podría denominarse un *nuevo orden alimentario*, pero que no deja de ser producto del pasado y el desarrollo político, económico, social y cultural de España. Estos cambios han discurrido de modo paralelo a la génesis, desarrollo y consolidación de la sociedad de consumo de masas en la sociedad española, al tiempo que la alimentación devenía de necesidad en deseo y evolucionaba a la par que los cambios en los rasgos del consumidor en una sociedad opulenta (Gracia y Díaz, 2012: 27).

5. Bibliografía

Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.

Amat, J.M, Martínez J. I. y Roure, J. (2008). *Transformarse o desaparecer. Estrategias de la empresa familiar para competir en el siglo XXI*. Barcelona: Deusto.

Barroso, C. y Martín, E. (1999). *Marketing Relacional.* Madrid: Esic Editorial.

Bastos Boubeta, A. I. (2006). *Implantación de productos y servicios. Gestión del espacio comercial.* Vigo: Ideaspropias Editorial.

Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo.* Madrid, México, Buenos Aires: Fondo de Cultura económica.

Bell, D. (1996). *The Cultural Contradictions Of Capitalism: 20th Anniversary Edition*. New York: Basic Books.

Burruelo García, J. C. (2003). *La gestión moderna del comercio minorista. El enfoque práctico de las tiendas de éxito*. Madrid: Editorial Esic.

Campuzano García, S. (2004). "La 'esencia' del Marketing del lujo" en *Mk Marketing+Ventas 189* (Marzo), pp. 56-61.

Cantero, L. (2012). *La antropología de la alimentación en España: perspectivas actuales.* Barcelona: Editorial UOC.

Casares, J., Martín, V. y Aranda, E. (2000). "Vértigo en la distribución comercial. Concentración, competencia, empleo y relaciones con proveedores" en *Distribución y Consumo 49* (Diciembre-Enero), pp. 5-25.

Castells, M. (1999). L*a era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.

Charleson, A. (2007*). La estructura como arquitectura: formas, detalles y simbolismo.* Barcelona: Editorial Reverté.

Cruz, I. (1997). "La venta a pérdida en las relaciones fabricante-distribuidor" en *Distribución y consumo 33* (Abril-Mayo), pp. 102-110.

—. (1999). *Los canales de distribución de los productos de gran consumo. Concentración y competencia.* Madrid: Pirámide.

Czinkota, H. (2005). *Principios de Marketing y sus mejores prácticas*. (3ª. Ed.). México: Thomson.

De Quiroga, A. (2005). *Crisis, procesos sociales, sujeto y grupo. Introducción e identidad y sujeto situado*. Buenos Aires: Ediciones Cinco.

Desgrippes, J. (2001). *Emotional Branding*. New York: Allworth Press.

Eguizábal, R. (2002). "La revolución del consumo" en *Consumo, publicidad y cultura.* Sevilla: Ed. MAECEI.

Ferreira, R. (1996). *Centres comerciaux: îles urbaines de la postmodernite.* París: L´Harmattan.

Fresneda, C. (1998). *La vida simple. De los excesos de la sociedad de consumo a la busca de nuevos estilos de vida.* Barcelona: Planeta.

García, J.A. y Delgado, J. (2012). *Análisis de la competencia en el mercado minorista de distribución en España.* Madrid: The Battle Group Ltd. Consultado el 12 de octubre de 2013 en http://www.promarca-spain.com/pdf/2012_04_06_Informe_Promarca-The_Brattle_Group.pdf

Hakansson, H. y Snehota, I. (1992). *Developing business Relationship in Industrial Networks*. London: Thomson Learning.

Lambin, J. J. (1995). *Marketing estratégico.* (3a. Ed.). Madrid: McGraw-Hill.

Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica: ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo.* Barcelona: Anagrama.

López López, M. A. (2013). *Consumo: alimentación, distribución comercial minorista y lujo. La transformación del pequeño comercio tradicional de alimentación a principios del siglo XXI.* [Tesis de doctorado]. Valladolid: Universidad de Valladolid.

Martín Requero, Mª. I. (2007). "Creatividad y nuevas tendencias del consumo" en *Nuevas tendencias de la Publicidad del siglo XXI.* Sevilla y Zamora: Comunicación Social.

Más, E. (1996). *Introducción al escaparatismo*. Murcia: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación.

Mercado Segovia, J. L. (1991). *Teoría general de diseño de interiores.* Madrid: Departamento de Publicaciones de la Escuela de Artes Decorativas.

Miller, D. (1987). *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell.

Miquel Peris, S. Parra Guerrero, F., Llermie, Ch. y Miquel Romero, M. J. (2008). *Distribución comercial*. (6a. Ed.). Madrid: Esic Editorial.

Munari, B. (1995). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual.* Barcelona: Gustavo Gili.

Palomares Borja, R. (s/a). *Merchandising: teoría, práctica y estrategia.* Madrid: ESIC Editorial.

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analysing industries and competitors.* New York: The Free Press.

Precedo Ledo, A. J. (1996). *Ciudad y desarrollo urbano*. Madrid: Editorial Síntesis.

Rodrigo Martín, I. (2011). "Diseño de Packaging ¿cómo se visten los productos?" en Rodrigo Martín, L. (Coord.), *Publicidad, Innovación y Conocimiento* (pp. 84-104). Sevilla, Salamanca y Zamora: Comunicación Social.

—. (Coord.) (2013). *Los maridajes de la publicidad. Las relaciones de la publicidad y otros ámbitos del conocimiento.* Madrid: Icono 14 Editorial.

Soriano Soriano, C. L. (1990). *El Marketing Mix: Concepto, Estrategias y aplicaciones. Análisis a fondo de las implicaciones estratégicas y tácticas de uno de los instrumentos básicos de toda acción de marketing.* Madrid: Ed. Díaz de Santos.

Valencia López, V. (2000). *Escaparatismo e imagen comercial exterior.* Madrid: ESIC Editorial.

ÍNDICE ▷

LAS IDENTIDADES DEL "SER" Y DEL "ESTAR" EN CONTEXTOS DE BARRIO ENTRE LA EXPERIENCIA LOCAL Y LAS PRÁCTICAS ARTÍSTICAS

Gaspar Maza
Universidad Rovira i Virgili de Tarragona
Ramón Parramon
Universidad de Vigo

1. Introducción

> Las identidades no son otra cosa que ilusiones asumidas de forma mayoritaria (Villoro 2013: ¿Hay vida en la tierra?).

En este trabajo tratamos de abordar el espacio social del barrio, desde las perspectivas del "ser" y el "estar" como si fuesen dos coordenadas de nivel de un mapa. Investigar ambos aspectos nos va a permitir hablar de la vida íntima de los mismos y por extensión de la geografía compleja de las ciudades en las que están incluidos. La comunicación va a incidir por lo tanto en la necesidad de mirar un barrio observando a la vez el "ser" y el "estar" de los mismos, en diferentes momentos y mirando en varias direcciones a la vez. En su conjunto ambas perspectivas forman una especie de Aleph borgiano, es decir, tratan de explicar y justificar desde diferentes puntos de vista un espacio al que denominamos "barrio" que contiene a la vez todos los espacios; un objeto semejante a una "caja china" o una "muñeca rusa", es decir un lugar con múltiples capas, donde para poder entrar primero necesitamos ir abriendo y comprendiendo las muchas posibilidades de identidad que están contenidas dentro del mismo.

La palabra "barrio" nos remite a un concepto espacial y social que tiene una contemporaneidad frágil. Barrio es un término polisémico y ambivalente, dinámico y cambiante. Tradicionalmente, el uso de este término va asociado a la existencia de un denominador común que caracteriza el lugar, ya sea por lo arquitectónico, lo topográfico o lo social. Se utiliza "barrio" cuando nos referimos a una zona de la ciudad que se identifica y diferencia de otras. No obstante, cada vez son más los lugares se relacionan con un determinado imaginario colectivo que se transmite, se difunde y propaga por los medios y las redes de comunicación. El lugar ya no es tanto un barrio si no una imagen, una marca o el distintivo de algo que ocurre.

El barrio en muchas ocasiones también ha acabado siendo una proyección iconográfica. Cada vez menos se utiliza la categoría "barrio" y se ha pasado a nombrar la zona directamente como un espacio cargado de significación. "Raval", "Lavapiés", "Las Tres Mil viviendas", "Cabañal", "Bronx"… Todos ellos se convierten en imágenes que nos remiten a unas lecturas condicionadas por la difusión y la proyección comunicativa que se hace de ellas. Divertido, multicultural, peligroso, turístico, o comercial, en cada caso y dependiendo del contexto en el que se cite cada uno de estos lugares nos transmitirá un sentido u otro.

"Barrio" también nos traslada a una época de luchas políticas conectadas a la conquista de las infraestructuras esenciales para un colectivo de personas que habita en un determinado enclave. Espacios recién ocupados en territorios en transformación, carentes de los servicios mínimos para poder aspirar a una calidad de vida deseable. La palabra "barrio" mantiene conexión con la palabra "comunidad" y conserva una relación directa entre la vivienda y el espacio público, una especie de hábitat donde lo privado y lo comunitario adquiere una dimensión de proximidad casi lógica.

Las migraciones transnacionales, la globalización de la propia vida, la multilocalidad, han contribuido a que la mayoría de barrios

de las ciudades contemporáneas multipliquen culturalmente la procedencia de sus habitantes, a la vez que se acelera la movilidad o se acorta la permanencia en un lugar determinado, "se disuelve así, la interdependencia entre lugar y comunidad (o sociedad). El acto de cambiar de y de elegir lugar es el padrino de la glocalización de las biografías" (Beck y Ullrich, 2008: 150).

La comunicación comienza con una selección de diferentes testimonios tomados de un primer proyecto audiovisual titulado "Ultrabarrio", realizado por los autores en el año 2006 y en el cual los vecinos/as explican lo que para ellos es y significa "ser" de un barrio. En la segunda parte se continua explorando la vinculación del "ser" del barrio, con el "estar" a partir de los resultados de de un proyecto artístico organizado para la recuperación de un solar vacío (solar de Germanetes en el barrio del Ensanche de Barcelona) llevado a cabo entre 2013-14 por el proyecto artístico llamada Idensitat[1] y por un colectivo vecinal de acción ciudadana llamado Recreant Cruilles[2].

2. El barrio que permanece. Las identidades del "ser" en los barrios de La Florida (Hospitalet), Zona Centro-Sant Boi, El Coll y Roquetas (Barcelona), Camp Cla (Tarragona), y Serra d´en Mena (Badalona)

Como hemos comentado en la introducción, el proyecto documental "Ultrabarrio", estuvo basado en entrevistas en profundidad a diferentes vecinos/as de aproximadamente una hora de duración. El tema clave del mismo fue preguntar a los vecinos/as sobre que era y que significaba para ellos su barrio. Las entrevistas se realizaron en diferentes barrios afectados por la Ley de barrios 2/2004 Generalitat de Catalunya. El objetivo principal de esta ley era dotar de recursos e inversiones a diferentes ayuntamientos para afrontar la rehabilitación integral de barrios afectados por problemáticas específicas de degradación física y social. Esta ley a lo largo de los años acabo afectando a 143 barrios de Catalunya[3], hasta que en el año 2013 quedó provisionalmente

[1] Idensitat: Proyecto de arte, articulado como plataforma colectiva, que experimenta formas de incidir en el territorio en sus dimensiones espacial, temporal y social, mediante propuestas creativas. Se articula como sistema complejo que incorpora otros proyectos, acciones o intervenciones; impulsa procesos, configura exposiciones, realiza publicaciones; y en definitiva reúne un conglomerado de estrategias creativas para realizar propuestas y actividades en diversos espacios a partir de realidades concretas. Un sistema que a la vez se fundamenta en dinámicas colaborativas para poner en relación las prácticas artísticas contemporáneas con el espacio social. Sus trabajos se desarrollan en distinto lugares, pero en cada uno de ellos incide en cuestiones vinculadas a lo local. www.idensitat.net.

[2] Recreant Cruilles: Recreant Cruïlles es un proyecto colectivo que trabaja por la liberación del espacio del solar vacío de Germanetes, mientras no se ejecuta el planeamiento urbanístico de Barcelona, previsto para este espacio. El colectivo parte de la idea que debe ser la gente que habita en el barrio quien aproveche, gestione y haga sostenibles, los espacios vacíos existentes. Para llevar a cabo estas reivindicaciones el grupo trabaja desde 2011 en el activismo social, haciendo un llamamiento a la participación de todos los vecinos, vecinas y asociaciones del barrio, para liderar un proyecto de autogestión para el solar en transición de Germanetes. Esto ha sido posible también por la implicación institucional del Ayuntamiento de Barcelona, quien ha puesto en marcha el programa *Pla BUITS* (Vacíos Urbanos con Implicación Territorial y Social) que pretende favorecer la implicación temporal a entidades y asociaciones sin ánimo de lucro en la definición, instalación y gestión de unos catorce espacios vacíos para dinamizarlos e integrarlos en la ciudad. Actualmente desde finales de 2013 el colectivo ya gestiona este espacio, después de aplicar y ganar la convocatoria pública que el Ayuntamiento abrió con este fin.

[3] www20.gencat.cat/portal/site/territori/mtem.2a0ef7c1d39370645f13ae92b0c0

paralizada ante la falta de más fondos de inversión. Los vecinos/as que fueron entrevistados para el documental vivían en barrios afectados por esta ley como Camp Clar en Tarragona, La Florida en Hospitalet, Roquetas, y El Coll en Barcelona, o el barrio de Fondo en Santa Coloma de Gramanet.

El resto de preguntas de las entrevistas giraron sobre un eje central, qué era averiguar que pensaban y que sentían estos vecinos/as sobre su propio barrio. Las respuestas resultaron ser una muestra diversa de opiniones que se complementan unas a otras con mayor o menor relación entre ellas pero conformando un pequeño mosaico de la complejidad y derivaciones que nos introducen en el sentimiento de "ser" de un determinado barrio. Veamos a continuación un pequeño resumen de las mismas.

En una primera entrevista, una vecina del barrio de la Florida en Hopitalet, nos definía su barrio de una forma muy existencialista tal y como podemos ver a continuación:

> (El barrio) es una forma de estar en el mundo, el barrio para mí es ahora mismo un espacio emocional y un espacio político. Estamos ahora aquí, aunque no vivamos aquí, porque nos da la gana, porque queremos militar aquí, y porqué barrios como este pueden ser víctimas de la globalización o pueden sacar mucho de ella (Montse Santolito. La Florida. Hospitalet)[4].

Como contraste a su opinión también podemos ver como un vecino de San Boi de Llobregat se identificaba con su barrio a partir de algo más material como era su estructura física urbana,

> Aquí, por ejemplo, en Sant Boi los barrios se han configurado sobre todo a través de lo que serían tramas urbanas, muy concretas, muy definidas, y muy delimitas. De redes viarias que de alguna forma delimitan polígonos de viviendas, sería el caso de Cooperativa, de Casa Blanca, de Can Blanc (Xavi Pérez. Sant Boi de Llobregat).

El barrio se vive y se siente a través de los diferentes testimonios, como un escenario de proximidad, un escenario que nos ayuda a localizarnos en el mundo, que nos identifica y nos proporciona un lugar dentro de una determinada estructura social,

> Y mira que no es mi barrio de origen, pero yo siempre dije que Roquetas era mi lugar en el mundo **(**Tere Céspedes. Roquetes)[5].

> El Coll, por ejemplo, para un vecino digamos de toda la vida, será un espacio físico como muy determinado, con caras, con fisonomías y con una serie de historias concretas. Si yo viniera a vivir aquí, el barrio sería donde dice el mapa administrativo de la ciudad que se acaba, y eso sería para mí el barrio. Donde yo me veo reconocido o donde he dejado mis rastros de memoria, eso sería para mi barrio (José María Gallart. El Coll)[6].

En un sentido complementario al anterior, una vecina de Roquetes, destacaba el papel del barrio como un "articulador" entre las diversas escalas de la vida social,

> Para mí, un barrio vivo, es un barrio donde la gente se mueve, donde la gente se preocupa por las cosas que van más allá de las paredes de su casa. Para mí, un barrio es la capacidad que tiene la gente para entender y para vivir en lo cotidiano (…) pero también el hecho de preocuparme por lo que pasa en la escuela, por lo que pasa en el ambulatorio, por lo que pasa con los comercios del barrio (Tere Céspedes. Roquetas).

En este testimonio también vemos como un barrio se asemeja así a lo que Hannah Arendt definía como la "esfera pública", es decir aquello que puede ser visto y odio por todo el mundo; el espacio contrario a aquello que poseemos privadamente; el espacio en que todas las cosas encuentran la más amplia publicidad;

> Vivir juntos en el mundo, ser juntos en el mundo, en un espacio público, es como estar reunidos en torno a una mesa. Cada uno puede ver y escuchar a los otros sin anular la distancia que los separa. "La esfera pública" en cuanto mundo común nos reúne juntos, y sin embargo, impide por así decirlo que nos echemos los unos sobre los otros (Arendt, 1993: 336).

Otros aspectos importantes que los vecinos/as atribuyen a su barrio es que es el lugar donde sus habitantes practican la cohesión social, la convivencia y la socialización de sus miembros. Un lugar finalmente donde superar los límites y temas que nos marca el ámbito doméstico.

e1a0/?vgnextoid=19d4275785fa7210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextchannel=19d4275785fa7210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default

[4] La Florida es un barrio del Distrito IV de Hospitalet. La Ciudad de Hospitalet está formada por 6 distritos y 17 barrios en total. La ciudad tiene una extensión de 12,49 km2 y 260.041 habitantes. La ciudad está asentada en la plana litoral entre el margen izquierdo del río Llobregat y Barcelona. La Florida Antes de los años 50 el lugar era una zona de cultivos y de viñas. El nombre del barrio proviene de una gran casa en la que se cultivaban flores para jardinería.

[5] Roquetes es un barrio de Barcelona perteneciente al Distrito de Nou Barris. Se encuentra situado en el extremo Noroeste de la ciudad. Sus límites son la Vía Favencia, los barrios de Trinitat Nova y Canyelles y la Sierra de Collserola. El barrio aparece como consecuencia del desarrollo de la periferia en los años 50-70 debido al aumento de población que va a experimentar la ciudad de Barcelona como consecuencia de la emigración. La mayor parte de las primeras construcciones del barrio fueron de autoconstrucción y se hicieron sin permisos administrativos.

[6] El Coll es un barrio de Barcelona perteneciente al Distrito de Gracia. Se encuentra situado entre los turnos del Coll y el Carmelo. En sus orígenes fue una zona con casas rurales y masías a medio camino entre los núcleos de Gracia y Horta. Hasta 1904 formaba parte del municipio independiente de Horta. Su especial topografía ha condicionado una buena parte de su desarrollo. El barrio se desarrollo especialmente a partir de los años cincuenta siguiendo las diferentes curvas de nivel del mismo con el resultado de una edificación poco planificada y pocos servicios. En su topografía actual se caracteriza por las calles estrechas y de escasa sección con una fuerte pendiente y sin una clara jerarquía viaria.

> Para mí un barrio va más allá de 4 calles o de una ubicación. Es básicamente relaciones, es como si se expandiera la familia al exterior, como una familia extensa en la que se tienen que hablar todas las cosas para que todos puedan convivir bien dentro de ese espacio. Es sentimiento, es cuidado, es el espacio en el que te mueves, en el que creces, en el que conoces a tus primeros amigos, donde puedes, en principio, empezar a hacer cosas para ti y la gente que te interesa (Rosa Casas. Camp Clar)[7].

Otra característica que define el "ser" del barrio es aquella que hace referencia al mismo como el origen y generador de un tipo de identidad propia y original frente a la identidad de los vecinos de otros barrios o del resto de la ciudad.

> Sigo pensando que los barrios son señales de identidad. Cuando hablamos de barrio mucha gente se identifica con el barrio. Es más hay un tema que desde la administración municipal se está trabajando y se habla mucho que es la vertebración y cohesión de Badalona, porque muchos ciudadanos que viven en estos barrios, cuando hablan del centro de Badalona, dicen voy a Badalona. La gente está muy identificada con los barrios, yo soy de Llefià y cuando voy al centro de Badalona digo que voy a Badalona. Los barrios ha de seguir siendo esto elementos de identidad y cohesión (…) (Emilio Santón. Serra d´en Mena. Badalona)[8].

En esta entrevista también podemos apreciar como los vecinos de un barrio determinado se identifican con el mismo a través de uno del posesivo, "*mi barrio*". Tomado de esta manera, el barrio adquiere un sentido a la vez de identidad, de territorialidad tanto como de experiencia sensorial, emocional, social y cronotópica.

Una vecina de la Florida nos continuó explicando su particular forma de entender el barrio a partir de los límites del mismo, semejantes a los límites de la patria. Una traición a los límites que establecen el "ser" de un barrio, puede ser vivido como algo doloroso e inconcebible, algo tan inconcebible como la renuncia de una persona a su nacionalidad de origen o la renuncia del hincha a su equipo de fútbol de toda la vida.

> Yo y mis amigos sí, somos de la Flori. Aquí en Hospitalet nos ha pasado esto, a ver, aquí hay un pedazo de vía, entonces la Florida, siempre ha estado aislada geográficamente, igual que la gente de Bellvitge. Ellos no son de Hospitalet, son de Bellvitge, entonces después el Ayuntamiento está haciendo un trabajo, ahora por ejemplo soterrarán las vías, este barrio se unirá al de abajo, pero durante mucho tiempo en los barrios de Hospitalet ha habido mucha más identidad de barrio que de ciudad **(**Montse Santolito. La Florida Hospitalet).

Una de las causas de este ser "existencial" al que conduce el barrio a algunos vecinos/as, es atribuible a la confusión gramatical que en el idioma castellano se produce entre el uso del verbo "ser" y el verbo "estar". Así nuestra vida cotidiana en un determinado barrio no deja de ser un hecho totalmente accidental, un hecho del "estar" más que del "ser". Sin embargo cuando los habitantes de un determinado barrio se manifiestan diciendo que ellos "son" de un barrio muy concreto, lo que nos están indicando es que viven en ese barrio, aunque lo mas correcto sería decir que "están".

Este ser "patriótico" de un barrio nos aparece en ocasiones como "orgullo" de barrio tal y como podemos ver en el testimonio de uno de los vecinos de Camp Clar.

> Campo Claro es el mejor barrio de Tarragona, sin duda ninguna, por situación, por infraestructura, porque ya veis los viales que hay aquí, por comunicaciones, la N-340 que te vas por una rotonda que hay allá abajo, y estás en Salou en un pispás. Un centro comercial, los mejores equipamientos deportivos, que vienen aquí hasta el equipo del Nástic a entrenar, y dentro de poco vendrán a mirar el fútbol porque ya mismo empezamos a hacer el campeonato en la ciudad deportiva del Nàstic (…)
>
> Aparte como estamos creciendo, vamos a ampliar la guardería, va a crecer casi el doble. Se va a hacer a lado del cuartel de los Mossos otro instituto, o sea que estamos en vena, va a haber servicios de todo tipo.
>
> (…) aparte de eso, creo que tenemos el mejor barrio de Tarragona y esto es motivo más que suficiente para decirle a todo el mundo que se venga para acá que esto además tiene futuro". Juan Antonio Martínez. Camp Clar.

Una de las consecuencias negativas que se pueden derivar de este ser excesivo del barrio, es el etnocentrismo de "barrio", cuya manifestación más radical sería: *"mi barrio es el mejor", "mi barrio*

[7] Camp Clar es uno de los 12 barrios de la ciudad de Tarragona que se encuentra situado a la derecha del río Francolí, al lado de la N-340 entre Tarragona y Reus y tiene como barrios colindantes Bonavista, la Granja y Torreforta. En la actualidad tiene una población de 11.280 habitantes. El barrio nace como respuesta a una necesidad de vivienda derivada de la afluencia de población inmigrante en la década de los 50-60 atraída por la rápida industrialización del municipio de Tarragona. El barrio empieza a tomar su forma actual en 1985 como resultado de una urbanización promovida por el Instituto Nacional de Urbanización y por el Instituto Nacional de la vivienda –posteriormente ADIGSA–, que es ampliada en 1995.

[8] La Sierra d´en Mena se encuentra entre los términos municipales de Badalona y Santa Coloma de Gramanet. Los tres barrios de Santa Coloma que se sitúan en la misma son: El Fondo, Santa Rosa y Ravel-Safareig.
Fondo es la zona más poblada (15.033) y el lugar donde más se concentra la población extranjera (28%). Raval Safareig es la zona menos poblada (9.803) y a la vez la más extensa en hectáreas (38,33) . Santa Rosa tiene una población de 11.897 personas. En los tres barrios existen una alta proporción de edificios de 3 y 4 plantas que no tienen ascensor. La especial topografía del territorio (barrios situados en zona montañosa y alta) ha dado lugar a su aislamiento, a una falta de planificación en su desarrollo y también a la especulación del suelo como consecuencia de las fuertes presiones demográficas producidas por la inmigración de los años 50 y 60. Otra de las consecuencias de la falta de regulación es la abundancia de casa auto construida.

es mejor que tu barrio". El existencialismo de barrio puede acabar en un "mal de barrio", que puede llevar a la exclusión y al conflicto; a rivalidades sin sentido o al desarrollo de un sentido negativo hacia la "otredad", e incluso a un enfrentamiento y rivalidad entre barrios o incluso entre ciudades.

Por último otro aspectos importante a destacar en estos testimonios sobre los diferentes sentidos de ser del barrio, es el sentido temporal que el barrio da a la vida de los vecinos y que se puede apreciar cuando el barrio se transforma físicamente y los vecinos/as se hacen también mayores.

> Tienen en la mente el barrio de cuando llegaron hace 25 años, un barrio de convivencias, de saludos, de ir por la calle y encontrarse con el otro, un barrio que todos querían cuidar. Y ahora les da la sensación de que se está descuidando porque ya no lo quieren al barrio o y por ahí es donde quieren trabajar. Claro, el hecho de ser más gente disuelve las relaciones, ya no te puedes encontrar con todos y te quedas con unos cuantos. Es verdad que en estos tiempos no nos conocemos ni con el vecino que tenemos enfrente, ni nos relacionamos como antes (…) Tampoco quieren llegar, a lo mejor, a ese bucolismo del barrio de antes, de relaciones tan abiertas, que todo el mundo se saludaba, todo el mundo sabía del otro y lo aceptaban (Rosa Casas. Camp Clar).

Tras este resumen de testimonios, podemos concluir que el "ser" de un barrio está determinado por un variado conglomerado de ideas y sentimientos que forman capas y registros diferentes de identidad e identificación, y que a partir de todos los testimonios que aquí se han presentado, podemos plantear que esta identidad del "ser de barrio está muy vinculada a un alto grado de implicación personal en alguno de los procesos que en el toman forma en él.

3. La identidad del "estar". Estar en el contexto, trabajar con el contexto, intervenir sobre el contexto. El solar de Germanetes en el barrio del Ensanche de Barcelona

> Circulación, muro, gueto, periferia, frontera: el vocabulario es en nuestros días espacial pero las palabras de este vocabulario tienen todas que ver todas entre el si mismo y el otro (Augé, 1996: 98).

Otra de las formas de habitar en este escenario de proximidad, de identidad, de alianzas, de contraste, de confrontación, de micro-mundos, de relación con el otro es "estando" en el barrio. El "estar" se complementa con el "ser" en el sentido que implica una intensidad menor en relación a la temporalidad, la implicación, el reconocimiento; supone tener una presencia en el lugar específico, sin poseer el sentido de pertenencia o el asentimiento de los que forman parte del "ser" del barrio. Ambas constituyen dos maneras activas de incidir en el contexto, una por apego e identificación, otra por convicción y elección. No se plantea que una sea más auténtica que la otra, pero si que probablemente ambas sean dos maneras diferentes de entender, vivir o proyectar la idea de barrio. En un momento en el que vivir o trabajar en un lugar no tiene nada que ver con estar vinculado de forma activa en él, y en el que la movilidad, la rapidez, la deslocalización, la homogenización son elementos que se repiten en la mayoría de ciudades; ser y estar en el barrio desde una perspectiva contemporánea necesariamente acaban así complementándose.

Muchas de las prácticas artísticas que inciden en los barrios lo hacen desde la perspectiva del estar, y también en su mayoría pretenden trabajar o impactar en el espacio de las personas del ser. En este caso del solar de Germanetes lo que nos intereso fue

el potencial de la conexión entre ambas para intervenir en la transformación de los espacios, de sus usos y sus concepciones. Veamos como.

El proyecto tuvo como idea inicial, el conectar las prácticas artísticas agrupadas en torno a la asociación Idensitat, con las redes de acción ciudadana de Recreant Cruïlles, asociación dedicada a impulsar procesos y propuestas de transformación aplicables a la construcción del espacio público. Así se estableció una primera relación y colaboración entre personas cuyos fines eran experimentar nuevas formas de autogestión para incidir en las políticas sociales con otras personas cuyos fines eran experimentar con las prácticas artísticas para incidir en un contexto socio-político.

En este sentido las prácticas artísticas, que a menudo operan desde la lógica de lo inmediato, de lo efectivo, lo sorpresivo comenzaron adecuándose a la dinámica asamblearia, que semanalmente realizaba el colectivo Recreant Cruïlles. Idensitat actuó manteniendo viva esa relación, fomentándola y actuando como un miembro más del grupo

El primer lugar se lanzaron una serie de cuestiones para analizar el escenario –solar– y crear un marco que permitiese imaginar colectivamente opciones de futuro. Estas cuestiones trataron desde la articulación de un seminario, un taller, un concurso de proyectos y posteriormente un ámbito de análisis transdisciplinar, con la participación de profesores y alumnos vinculados a grupos de investigación y postgrados especializados.

Los resultados de la colaboración entre vecinos y proyectos artísticos, se concretaron en una serie microintervenciones que tuvieron lugar el 24 y 25 Septiembre 2014 en el espacio del solar y en su entorno mas próximo. Las intervenciones artísticas, con diversos grados de implicación de los vecinos, consistieron en acciones como: la transformación de la fachada de un edificio, mediante el acto de sacar las cortinas hacia fuera (Catie de Balmann); la organización de una performance con los vecinos portando pancartas de color verde que posteriormente permitían generar un efecto de "cromakey" y revelar el interior vallado del solar de Germanetes (Laia Solé); Un proyecto para visibilizar a los establecimientos de barrio en desaparición como consecuencia de la expansión de las grandes superficies (Olaia Sendón); la generación de un espacio para el intercambio de servicios relacionados con la comunidad (Colectivo Atlas); la generación de una dinámica educativa a partir de la construcción de una maqueta del barrio (Raons Públiques); la intervención en una fachada de 6 plantas mediante graffitis generados en una plataforma virtual participativa y disparados contra el edificio por un potente proyector (Álvaro Muñoz Ledo); la intervención mediante pintura en distintos espacios del muro del solar, así como en los accesos al espacio de Germanetes (Gianluca Cresciani); la instalación de un laberinto que ocupó toda la calzada y que la convirtió en un espacio de juego alternativo (grupo Dixpositivos); la transformación de un espacio público reconvertido en pista de baile, mediante un dispositivo electrónico de activación (María Anwander).

Todas estas micro intervenciones efímeras en el contexto, contaron con un alto grado de implicación vecinal a partir del proceso iniciado muchos meses antes de las acciones. Este fue un proceso que requirió del cuidado y la confianza para poderse desplegar. Significó también la creación de un espacio común en el que se compartieron experiencias y se transfirió conocimiento y en el que el artistas y activistas trabajaron de una forma complementaria y con una metodología procesual que en ciertos momentos se ha denominado como "socially engaged art" como una parte de lo que se denomina arte público (Miwon Kwon, 2002) o "new genere of public art" (Suzanne Lacy, 1995) fundamentado en la participación, la reciprocidad entre artistas, comunidad, organizadores, y en el que se combina la intervención específica en un determinado contexto con elementos vinculados a las identidades de lo local.

4. Hacia algunas reflexiones más generales. ¿Es necesario que el arte forme parte de la producción del espacio barrio? Ser, estar, practicar.

> Quizá el arte, en tanto que actividad especializada, ha destruido la *obra* para sustituirla lenta e implacablemente por el *producto*, destinado como tal al intercambio, al comercio, a la reproducción *ad finitum* (Lefebvre, 2013: 131).

Probablemente Lefebvre no fue consciente del auge posterior que tomó el arte, caracterizado por su conceptualización, desmaterialización y articulación procesual. Todo proceso es susceptible de convertirse en producto. Es evidente que desde los años 60 la obra de arte estaba ya cuestionando temas como la pérdida del aura, su reproductividad, su distribución o su relación con el espectador. Walter Benjamin ya anticipó en 1937 que los artistas debían asumir la condición social de productores, y planteó también que el espectador se viera involucrado en los procesos de producción, entendiendo el lector o espectador como colaborador.

A partir de los años 60, muchas prácticas artísticas han puesto en valor el proceso y la implicación o la participación de las personas como parte esencial de la práctica artística, poniendo el énfasis en la colaboración y la dimensión colectiva de la experiencia social. Muchas de estas prácticas que han evolucionado e incidido en este campo de acción, han perseguido el deseo de crear un sujeto activo que se *empodera* por la experiencia física y simbólica de la participación. La esperanza de que estos nuevos sujetos emancipados por la participación, encuentren ellos mismos la posibilidad de determinar su propia realidad social y política. Según Claire Bishop (2006), "activación, "autoría" y "comunidad" son las tres preocupaciones o temáticas más frecuentemente citadas como motivaciones en la mayoría de prácticas artísticas que, desde los años 60, persiguen alentar la participación en los barrios. Los resultados de estas formas de arte y su relación con las instituciones han sido ambiguas, en ciertos momentos se han erigido contra ellas, enarboladas por las críticas institucionales, mientras que en otros casos se han aliado contra las expectativas de abrirse hacia fuera y ser permeables con el contexto social. Muchas otras instituciones (partidos, sindicatos, organizaciones civiles…) tienen un claro mandato político, mientras que de las instituciones artísticas se espera de ellas que distribuyan y produzcan imágenes sobre lo que está pasando afuera, con el objetivo de transformar las realidades sociales y subjetivas en un formato en el cual podamos mantener y conservarlas; pero no interferir y tomar parte activa en la producción de realidades sociales y políticas (Nina Möntmann, 2006). Algunas de estas ideas quedan resumidas en las siguientes palabras de Antoni Muntadas[9]:

> El artista debería ser un catalizador de la época en que vive. Produce elementos culturales antropológicos que ofrecen información de su tiempo, cualquier medio que use –sea pintura, fotografía, escultura, televisión o vídeo– debería reflejar esto (Alonso, 2002: 102).

Sin embargo, en este escenario donde las prácticas artísticas cuestionan sus relaciones institucionales, así como sus posibles funcionalidades o roles en el ámbito de la esfera pública, aparece como opción la inclusión en una acción colectiva más amplia, con la finalidad de incidir de manera política a través de ciertos movimientos sociales u organizaciones colectivas de ciudadanos.

LAIA SOLÉ. Chromakeying
DISPOSITIFS POST- S+W+I | INTERVENTIONS | Barcelona 2014

CATIE DE BALMANN. Arabian Nights, or at home
DISPOSITIFS POST- S+W+I | INTERVENTIONS | Barcelona 2014

ÁLVARO MUÑOZ LEDO. Video Graffiti
DISPOSITIFS POST- S+W+I | INTERVENTIONS | Barcelona 2014

[9] Antoni Muntadas: artista con una amplia trayectoria internacional, que ha trabajado desde la práctica contextual y la crítica institucional dirigida a diversos ámbitos políticos y sociales.

La relación entre el vecino (ser), el visitante (estar) y el practicante[10] puede ser otra alternativa para estos casos El *practicante* es aquel que pone en marcha prácticas creativas que combinan el conocimiento local –ya sea con datos, con mediaciones, con colaboraciones, etc.–, con el conocimiento del *visitante*, que incorpora la mirada no contagiada de la cotidianidad local. La finalidad es activar procesos que engloben cambios en las dinámicas, en las políticas y en el propio contexto cultural en el que se desarrollan. Cualquiera capaz de trabajar con proyectos propios o productos realizados por otros pero con maneras específicas de emplearlos. Lo cotidiano se puede reinventar de mil maneras para escapar de la docilidad y pasividad de lo que supone ser solamente usuario.

5. Conclusiones

> ¿Cómo no reparar en el hecho de que la pertenencia comunitaria ahora se elige, se reivindica, se pregona ostensiblemente como una manera de ser de uno mismo, como un vector de identidad personal?. Ya no es el sometimiento tradicional a un elemento englobante recibido y vivido como una evidencia, sino por el contrario un proceso de autoidentificación, la afirmación de una libertad subjetiva que se apropia de una realidad colectiva. Por lo cual la referencia comunitaria se ha convertido en una "tecnología" del yo. Lo que se manifiesta es menos una realidad supraindividual que una estrategia personal, una instrumentalización del grupo con vistas a la valoración y afirmación de uno mismo (Lipovetski, 2007: 206).

Gilles Lipovetski con estas palabras se nos adelanta a algunas de las conclusiones de esta comunicación al advertirnos de la aparición de nuevos sujetos e identidades en los contextos actuales de los barrios que podemos también dar testimonio tras el repaso de los proyectos de Ultrabarri y de las intervenciones vecinales y artísticas en el solar de Germanetes. Así podemos afirmar que la identidad del "ser" de barrio tiene que ver con la identificación con el lugar, con el hecho de pertenecer a un determinado enclave territorial, social y cultural; la identidad del "estar" en el barrio hace referencia a una circunstancia temporal, donde el grado de interacción con el contexto puede ser ocasional o coyuntural. La noción de estar en el barrio toma como referencia esta cuestión de residir en él a pesar de no mantener una identificación con él, pero también de esta cuestión de querer incidir en él, siendo consciente de la brecha que existe entre el hecho de sentirse de un lugar y ser ajeno a él. Esto lo podemos referir directamente a las prácticas artísticas que pretenden incidir en contextos específicos. Existen proyectos que se desarrollan a partir de la experiencia de habitar en un lugar concreto, de ser "vecinos" de un lugar, pero la gran mayoría se llevan a cabo a partir de la residencia temporal, del interés por una determinada temática que toma forma en un determinado lugar, o por la existencia de un programa institucional que abre una vía de trabajo en esta dirección. Por lo tanto, la mayor parte de los proyectos que se desarrollan dentro de las prácticas artísticas que se activan en un contexto local específico, entran dentro de la categoría del "estar", en pocos casos con la del "ser", y en su mayoría persiguen la interacción con las identidades del "ser" en relación con el espacio-barrio, en sus dimensiones físicas, temporales y sociales.

Afrontar el concepto de barrio desde la perspectiva del ser y del estar nos ha conducido a unas desarrollar una prácticas artísticas y antropológicas donde valoramos que también ha sido importante no solo ser y estar sino también entrar, salir y volver. En este caso volver a explicar, y reflexionar sobre los testimonios de Ultrabarri y la experiencia del solar de Germantes nos ha hecho ver también la importancia del acto de volver en este caso a un barrio muy concreto (sea físico o mental) tal y como nos la recordaba Juan Cueto hablando de su experiencia respecto a Madrid: "lo que me fascina de Madrid no es la estancia sino la llegada, volver a mi ciudad". La acción de volver se convierte así en una aptitud que se reivindicada de dentro pero que también toma distancia desde fuera, para volver a ver las cosas de nuevo con una mirada renovada.

Como conclusión general, pensamos que lo más interesante de los barrios no es solo entenderlo viviendo en ellos o ser solo en ellos, o estar en ellos, sino también saber volver a ellos, para poder ir abriendo la gran cantidad de cajas chinas que están contenidas dentro de los mismos.

Finalmente cerramos este ensayo con una serie de preguntas que dejamos abiertas para un futuro debate sobre el ser y el estar, es decir: ¿continuarán los barrios siendo contenedores del ser y del estar?, o de lo contrario ¿serán igual de "líquidos" al igual que la ciudad que los contienen? ¿Persistirán sus identidades o quedaran borradas? ¿Cuáles serán las características de los barrios que más van a perdurar y cuales en poco tiempo se habrán transformado o desaparecido?; ¿seguirán siendo los barrios "cronotopos" de sentido para el conjunto de sus habitantes?

[10] La noción de practicante ha sido desarrollada por Michel de Certeau refiriéndose al sujeto que tiene la capacidad de modificar todo aquello que le es dado, un sujeto transformador y de cambio, más que un consumidor pasivo. En este caso y en este tipo de experiencias artísticas que se desarrollan en un contexto determinado, el practicante no es necesariamente el artista, puede ser cualquier persona que participe en el proceso o que se vea involucrada a partir del trabajo realizado.

Y en cuanto al arte en los barrios también queremos seguir preguntándonos sobre: ¿cuáles son las interacciones más eficaces entre prácticas artísticas y el espacio social en el contexto contemporáneo? ¿Puede el arte incidir en la esfera social? ¿Qué papel pueden asumir las redes de acción ciudadana en relación con las políticas futuras? En un momento en el que la ciudadanía está inmersa en procesos de emancipación, ¿cuál es el papel que pueden jugar las prácticas artísticas, desde la perspectiva de reactivación del espacio social? ¿Cómo se canaliza la creatividad en los procesos de construcción de los barrios y de las ciudades? ¿Cuál será el rol de los proyectos creativos en un contexto de crisis de modelos? ¿Serán necesarias las prácticas artísticas en las sociedades contemporáneas futuras? ¿Qué papel tendrán las instituciones culturales en un nuevo paradigma liderado por una ciudadanía movilizada?

6. Bibliografía

Augé, M. (1996). *El Sentido de los Otros.* Barcelona: Paidós.

Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Buenos Aires: Paidós.

Benjamin, W. (2004). *El autor como productor.* México: Editorial Itaca.

Bishop, C. (2006). *Participation*. London and Cambridge: Whitchapel Gallery & The MIT Press.

Buraglia, P. (1998). *El barrio desde una perspectiva socio-espacial. Hacia una redefinición del concepto.* Bogotá Taller. Consultado el 23 de marzo de 2014 en http://barriotaller.org.co

Creswell, T. (2006). *On the Move: Mobility in the Modern Western World*. London and New York: Routledge.

Creswell, T. y Merriman, P. (2012). *Geographies of Mobilities: Practices, Spaces, Subjects*. Surrey and Burlington: Ashgate Publishing Limited.

Cueto, J. (2011). *Cuando Madrid hizo pop. De la postmodernidad a la globalización.* Gijón: Ed. Trea.

Forti, S. (2011). *Vida del espíritu y tiempo de la polis. Ana Arendt entre filosofía y política*. Madrid: Ediciones Cátedra.

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

—. (2001). "De la identidad a la interculturalidad: l´antropología en la globalizació" en Ortega Soto, M. y Valdez Vega, C. (coords.), *Memoria del Coloquio: Objetos del conocimiento en Ciencias humanas* (pp. 93-111).

Gravano, A. (2003). *Antropología de lo barrial. Estudios sobre producción simbólica de la vida urbana.* Buenos Aires: Espacio.

Heidegger, M. (2000). *El ser y el tiempo*. México: FCE.

Institut D'estudis Regionals I Metropolitans de Barcelona (2010). "L´enquesta de condicions de vida i hàbits de la población" en *Papers de la Regió Metropolitana de Barcelona 51*.

Kwon, M. (2002). *One Place After Another. Site Specificity and Locational Identity*. USA: MIT Press.

Lacy, S. (1995). *Mapping the Terrain: New Genre Public Art.* USA: Bay Press.

Lipvetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo.* Barcelona: Cátedra.

Lipvetsky, G. y Serroy, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada.* Barcelona: Editorial Anagrama.

Maza, G. y Parramon, R. (2006). *Ultrabarri. Video producción.* Barcelona: Departament de cultura. Generalitat de Catalunya.

McDonogh, G. (1987). "The geography of Evil: Barcelona's Barrio Chino" en *Antropological Quarterly*, pp. 174-184.

Muntadas, A. (2002). En Alonso, R. (Ed.), *Una antología crítica,* Buenos Aires: Ediciones Simurg / Cátedra La Ferla (UBA).

Möntmann, N. (2006). *Art and its institutions. Current Conflicts, Critique and Colaborations.* London: Black Dog Publishing.

Villoro, J. (2013). *¿Hay vida en la tierra?* México: Almadía.

(*) Ilustraciones: Idensitat (idensitat.net). Ramón Parramón.

ÍNDICE ▷

EL DISCURSO PERIODÍSTICO DEL CONFLICTO EN TORNO AL PATRIMONIO URBANO: EL CASO DE EL CABANYAL EN VALENCIA

María Teresa Mercado Sáez
María José Pou Amérigo
Universidad CEU Cardenal Herrera

1. Introducción

> La plataforma vecinal Salvem el Cabanyal, contraria a la prolongación de la avenida de Blasco Ibáñez, cumplirá en abril 16 años. Más de tres lustros de resistencia numantina frente a un proyecto urbanístico que prevé el derribo de 1.600 viviendas del barrio declarado Bien de Interés Cultural con objeto de conectar una de las arterias principales de la ciudad con el mar. En un siglo, el Cabanyal ha sobrevivido a seis intentos de construir el 'paseo al mar'. Sin embargo, el coste social del último plan, impulsado por el gobierno del PP de Rita Barberá, está siendo muy alto. Tras años de batalla judicial, la degradación urbanística y el abandono del barrio, y con ello la fractura social y vecinal, ha llegado a cotas insufribles (…) (García, 2014).

Así comienza el diario valenciano *Levante-EMV* el reportaje 'El Cabanyal en la encrucijada' (García, 2014) que expone la situación en la que se encuentra este barrio tras años de conflicto político, judicial y ciudadano. Para el también diario valenciano *Las Provincias:*

> El Cabanyal está en punto muerto. La paralización de los derribos para abrir la avenida Blasco Ibáñez, algo que ya se contemplaba hace un siglo, se ha enquistado a la espera de que el Gobierno central, Generalitat y Ayuntamiento aclaren qué se puede hacer y qué no con un barrio que pide a gritos una solución inmediata. Este compás de espera es el escenario ideal para que los que ocupan casas de forma ilegal entren con el método de la patada en la puerta o el butrón en la pared en aquellas casas que están en el limbo, sin poder rehabilitarse y sin poder derribarse. Los que entran en estas viviendas no sólo las ocupan, además las desvalijan (…) (Soriano, 2014).

Ambos diarios interpretan la conveniencia, legalidad y efectos de un proyecto, el Plan Especial de Protección y Reforma Interior (PEPRI) en el Cabanyal-Canyamelar, barrio declarado Bien de Interés Cultural (BIC) en 1993. Este proyecto es el que "mayor controversia jurídica, política y social ha suscitado en la historia de la Comunidad Valenciana", según puede leerse en la Ley 2/2010 de 31 de marzo de la Generalitat Valenciana.

2. El patrimonio cultural en los medios

El Patrimonio cultural es clave en la construcción de nuestra identidad y por supuesto, ha de protegerse pero para ello, primero ha de ser creado. Los objetos, edificios, barrios o tradiciones adquieren sentido patrimonial si se cuentan y la gente las siente como suyas. La difusión del patrimonio no sólo es la exposición en museos, folletos explicativos, visitas a yacimientos o publicaciones de divulgación científica, sino también el tratamiento periodístico en los distintos medios. En la gestión del patrimonio debe tenerse en cuenta que los medios de comunicación siguen constituyendo un poder eficaz, capaz de denunciar y de sensibilizar como principal fuente de información de la que dispone el gran público. El periodista puede constituir un elemento clave en la creación de sentido, en la construcción social del patrimonio cultural. Para ello es necesaria la aparición de periodistas especializados (Mercado, 2006: 2013).

Sin embargo, el *newsmaking* convierte la cobertura de los asuntos relacionados con el patrimonio cultural en información política. La

trascendencia, la relevancia de los actores implicados (políticos), el conflicto y la proximidad son los potentes valores noticia que interactúan en estos asuntos. La tutela pública del patrimonio y la gestión política de la cultura la coloca en la sección de Política o Local; las páginas de Cultura de los medios locales están cada vez más centradas en Ocio y Espectáculos (industria cultural).

El periódico debe encargarse, sin duda, de vigilar la actuación de los políticos en todos los ámbitos, como responsables de decisiones que pueden acarrear la destrucción o desaparición del patrimonio. El entonces vicepresidente de ICOMOS Internacional, destacaba cómo la negligencia, la mala gestión, pueden ser tan devastadoras para el patrimonio como las guerras[1].

> La vigilancia de la prensa puede atraer la atención sobre ciertas situaciones, puede despertar los espíritus, y en otros casos valorar algunas acciones positivas. No obstante, en muchas ocasiones, como en otros asuntos, los medios tienen lo que podríamos denominar una "conciencia patrimonial adaptada a sus fines y directrices económicas, políticas u otras" (Phares, 1998: 22-23).

Los asuntos polémicos convierten el interés patrimonial en arma arrojadiza, convirtiéndose el diario, a menudo, en portavoz de una de las partes del conflicto; sin intentar aclarar al lector el significado patrimonial y las implicaciones técnicas del tema concreto para centrarse en la oposición de los 'bandos' o posturas políticas enfrentados. Como afirmaba el exdirector del diario *Las Provincias* Pedro Ortiz (1998: 103), "la mayoría de las noticias sobre patrimonio se basan en declaraciones de políticos: casi siempre, el patrimonio no es el fin de la información sino el medio de que se sirven unos y otros políticos para atacar o alabar al rival o compañero". Se confirma así, una vez más, el papel de periódico como actor político siguiendo la terminología del profesor Borrat. Una actuación reconocida por sus protagonistas en el otro caso paradigmático sobre patrimonio y conflicto en la prensa valenciana: el de la rehabilitación/reconstrucción del Teatro Romano de Sagunto. La periodista Concha Raga (1999: 172) destacó el papel esencial, activo, del periódico en el que trabajaba, *Las Provincias*, en la denuncia de las obras en el Teatro Romano:

> *Las Provincias* inició una campaña informativa contra las obras que allí se estaban realizando, enfrentándose por ello con los políticos de turno, con una pequeña parte de la sociedad (la de los autodenominados modernos), se enfrentó a los arqueólogos afines al gobierno que había encargado aquel proyecto, al corporativismo de este sector profesional y al silencio cómplice de los arquitectos (Raga, 1999: 172).

Como intérprete de la realidad, el periódico muestra públicamente su identidad como narrador y comentarista de conflictos entre los actores de la actualidad periodística, ofreciendo diferentes perspectivas y enfoques. Esta identidad, la línea editorial, le individualiza como 'actor político' frente a la competencia[2]. En un paso más, actúa como plataforma de una corriente de opinión u oposición concreta. El diario participa en los conflictos políticos "a título de parte principal", como el señalado en el caso de Teatro Romano, o de" tercero involucrado".

Generalmente, el diario no suele hacer exhibición pública de su participación, más allá de la opinión explícita en sus editoriales. El análisis del tratamiento informativo de ciertos asuntos, sobre todo políticos, permite descubrir la intensidad de la implicación de los diarios, con la inclusión, exclusión y jerarquización de las informaciones, primero, y con el tratamiento y enfoque, después.

En el entramado patrimonial, judicial, político y social que representa el Plan Especial de Protección y Reforma Interior del Cabanyal (PEPRI), los dos diarios valencianos, *Las Provincias* y *Levante-EMV*, han sido el escenario en el que los protagonistas han expuesto sus posturas, argumentos y valoraciones.

El objetivo de este trabajo es determinar su posición en el conflicto a través del análisis de las portadas, que definen el enfoque y la importancia de los temas[3]. Para este acercamiento, se analiza la información que genera la Orden del Ministerio de Cultura, de 29 de diciembre de 2009, por la que se resuelve el procedimiento por expoliación del conjunto histórico del Cabanyal (CUL/3631/2009). Esta resolución es especialmente importante en el desarrollo del proceso político y judicial, del que se ofrece a continuación una breve contextualización, teniendo en cuenta que, como señala Jiménez López, "es difícil encontrar un supuesto en el que el conjunto de competencias, funciones, tutela y conceptos se hayan cuestionado tanto" (Jiménez, 2012: 106).

3. El viejo proyecto de prolongar una avenida hasta el mar

La reivindicación histórica de la conexión de la ciudad de Valencia con el mar nace con el proyecto de Ciudad Jardín realizado

[1] En las *Jornadas sobre Patrimonio y Medios de Comunicación*, celebradas en Valencia en abril de 1997.

[2] 'Actor político' es todo aquel capaz de afectar al proceso de toma de decisiones en el sistema político.

[3] Gracias a la colaboración de los servicios de documentación de *Levante-EMV* y *Las Provincias.*

por Casimiro Meseguer en 1895, según explica la web del Plan Especial de Protección y Reforma Interior del Cabanyal. El proyecto de prolongación de la avenida Blasco Ibánez aparece en los sucesivos planes de ordenación urbana de Valencia a lo largo del siglo XX y fue defendida por el propio escritor Vicente Blasco Ibáñez en el diario *Pueblo* en estos términos:

> Es conveniente llevar a cabo la prolongación del boulevard desde el antiguo Jardín del Real a las poblaciones marítimas. Valencia tendrá un nuevo paseo, una verdadera calle moderna, semejante a la Avenida del Parque de Bolonia en París o la Castellana de Madrid, y la parte mas extrema del Cabañal se uniría a la ciudad por un camino más corto (Blasco Ibáñez, 1901).

Herrero García menciona un proyecto anterior de 1861 aunque no es hasta inicios de 1883 cuando se manifiesta el "interés municipal por la creación de una nueva vía de comunicación que aproxime Valencia a las playas, donde veranea su burguesía, atraída por las nuevas teorías higienistas" (Herrero, 2006: 88). Es el Camino-Paseo de Valencia al Mar de Meseguer cuyo trazado, coincidente en anchura y ubicación con la actual avenida de Blasco Ibáñez.

Entonces, y hasta 1897, el Cabanyal era un municipio independiente llamado Poble Nou del Mar. Este pueblo nuevo junto al mar responde al esquema habitual de ubicación de las ciudades en el litoral valenciano que tienen su "núcleo principal prudentemente alejado del inseguro mar y fundan una plaza fuerte alrededor del grao en la desembocadura del río para mantener la actividad comercial" (Herrero, 2006: 86). A medida que disminuye la inseguridad, en las inmediaciones del puerto se va asentando una población dedicada en su mayoría a la pesca que, en el caso de Valencia, vive en barracas. Las barracas se alinean paralelas al mar hasta que fueron sustituidas por casas tras el incendio de 1875 respetando la peculiar parcelación y estructura urbana de la época de las barracas.

Más de cien años después, el Plan General de Ordenación Urbana de Valencia de 1988, estableció un planeamiento diferido para el barrio, remitiendo a un plan específico de protección, que fue finalmente aprobado en abril de 2001 con la denominación de Plan Especial de Protección y Reforma Interior (PEPRI) de El Cabanyal-Canyamelar. Sin embargo, en 1993[4], el barrio había sido declarado Bien de Interés Cultural (BIC) como Conjunto Histórico[5] del Cabanyal-Canyamelar. La declaración valoraba la "peculiar trama en retícula derivada de las alineaciones de las antiguas barracas, en las que se desarrolla una arquitectura popular de clara raigambre eclecticista".

En el sitio web[6] del Plan Especial de Protección y Reforma Interior (PEPRI) pueden ser consultados los ámbitos de actuación, planos, equipamiento previsto, realojos y su finalidad: "proteger estos barrios y proceder a su reforma, con el fin de frenar el proceso de degradación, consecuencia, en gran parte, de su deficiente conexión con el resto de la ciudad, y mejorar el bienestar y calidad de vida de sus vecinos". Esto se concreta en dos grandes objetivos: la regeneración y revitalización de estos barrios marítimos y la reivindicación histórica de conectar Blasco Ibáñez con el mar.

Dos años antes, la asociación Salvem el Cabanyal ya había denunciado los entonces todavía planes del Ayuntamiento respecto al barrio ante la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Ministerio de Cultura. La ejecución del PEPRI supondría, según el escrito, una expoliación del Conjunto histórico de Valencia en lo que se refería al núcleo original del ensanche del Cabanyal declarado BIC.

Como señala el catedrático de Derecho Constitucional García Fernández, los denunciantes reiteraron su petición tres veces más (García Fernández, 2010: 44). Finalmente, el 29 de enero de 2001, "un subdirector de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales respondía que habiendo "exigido" la Generalitat Valenciana "aclaraciones" al Ayuntamiento, "en base a su autonomía y competencia exclusiva", acordaba (la GVA) informar favorablemente sobre el proyecto, "sin que vulnere lo prescrito en la ley de Patrimonio Valenciano y sin que exista tutela superior del Estado"[7]. Este escrito fue recurrido ante el Tribunal

[4] Decreto 57/1993, de 3 de mayo, del Gobierno Valenciano, por el que se declara Bien de Interés Cultural el conjunto histórico de Valencia; entre otras zonas, el Cabanyal-Canyamelar.

[5] Se entiende por Conjunto histórico la agrupación de inmuebles que forman una unidad de asentamiento, continua o dispersa, condicionada por una estructura física representativa de la evolución de una comunidad humana por ser testimonio de su cultura o constituir un valor de uso y disfrute para la colectividad.

[6] plancabanyal.es

[7] El artículo 149.1.28 de la Constitución Española declara competencia exclusiva del Estado "la defensa del patrimonio cultural, artístico y monumental español contra la exportación y expoliación; museos, bibliotecas y archivos de titularidad estatal, sin perjuicio de su gestión por parte de las Comunidades Autónomas.
El artículo 46 señala que los poderes públicos garantizarán la conservación y promoverán el enriquecimiento del legado histórico cultural y artístico de los pueblos de España y de los bienes que lo integran, sitos en su territorio, cualquiera que sea su régimen jurídico y su titularidad. La ley penal sancionará los atentados contra ese patrimonio.
El artículo 4 de la Ley de Patrimonio Histórico Español 16/1985, de 25 de junio afirma que en la expoliación u omisión que ponga en peligro la pérdida o destrucción de algunos de los valores que integran el Patrimonio Histórico Español, será la Administración del Estado, con independencia de las competencias de las Comunidades Autónomas, la que puede tomar medidas conducentes a evitar la expoliación.

Superior de Justicia de Madrid, que en una "decisiva" sentencia de 27 de septiembre de 2004, establece que la Dirección General con su "lacónica" resolución no había justificado las razones determinantes de la decisión, es decir, no se cumplía el requisito de la motivación. La sentencia anula la Resolución de la Dirección General y, como explica García Fernández (2010: 48), la Administración es "condenada" a motivar sus Resoluciones. Sin embargo, "por razones difíciles de entender", la Administración General del Estado, en paralelo a la Generalitat Valenciana, presentó un recurso de casación en febrero de 2005.

En 2009, la sentencia del Tribunal Supremo, de 25 de mayo, establece dos ideas básicas: el Estado posee la competencia para defender el Patrimonio Histórico frente a la expoliación, competencia negada en la práctica por la Resolución recurrida; resolución que no contiene ninguna valoración que indique que fueron examinados los informes técnicos que se refieren al expolio. Así, la importancia de esta sentencia radica en dar firmeza a la sentencia de 27 de septiembre de 2004 que ordenaba a la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales a retrotraer las actuaciones para que se dictara una Resolución motivada sobre la existencia o no de expolio en el Cabanyal. Además, "contiene una especie de justificación o disculpa por su anterior afirmación de que no se había iniciado un procedimiento específico de declaración de expoliación" (García Fernández, 2010: 48).

En cumplimiento de este mandato, la ministra de Cultura dicta la Orden CUL/3631/2009, de 29 de diciembre, por la que se resuelve el procedimiento declarando la existencia de expoliación. En once páginas, detalla los motivos del expolio y establece medidas: suspensión inmediata de la ejecución del PEPRI por parte del Ayuntamiento, en tanto se lleve a cabo una adaptación que garantice la protección patrimonial.

Antes de entrar en la reacción de la Generalitat Valenciana tras la Orden del Ministerio, es importante destacar la "disculpa" que contiene la sentencia del TS de 2009 puesto que la inexistencia de un procedimiento por expolio fue uno de los fundamentos de derecho para desestimar diversos recursos de casación interpuestos por Salvem el Cabanyal y otras entidades[8] tras la sentencia desfavorable del Tribunal Superior de Justicia de Valencia (TSJV) a la petición de impugnación del PEPRI (Recurso 984/2001).

Este recurso fue desestimado por el TSJ de la Comunidad Valenciana en sentencia de 1 de octubre de 2004 por no contradecir la Ley de Patrimonio Valenciano 4/1998, considerando que mediante las alteraciones propuestas, se contribuye a una mejor conservación del conjunto, excepción prevista en esta ley. Se considera que las modificaciones urbanas contempladas encuentran acomodo en el artículo 39.2 y desestima la existencia de normas estatales de aplicación al caso.

Los recursos a esta sentencia ante el Supremo "fueron desestimados, si bien el análisis jurídico de fondo se vio bastante limitado" (Jiménez López, 2012: 109). El TS considera que determinar si el Plan Especial impugnado se acomoda o no al artículo 39.2 de la Ley 4/1998 PCV, queda fuera de su análisis por referirse a un precepto del ordenamiento valenciano, excluido por tanto de casación.

Las sentencias del TS de 12 y 13 de marzo, y de 16 diciembre de 2008, concluyen que la actuación de las administraciones competentes no se debe considerar "irracional" o "arbitraria" y que no hay constancia de que haya habido denuncia ni procedimiento administrativo sobre una posible expoliación ni, por tanto un pronunciamiento de la Administración Estatal acerca de tal cuestión (Jiménez López, 2012: 109) conforme el artículo 4 de la Ley de Patrimonio Histórico Español 16/1985 y resto de normas aplicables[9].

En definitiva, la Orden de la ministra de Cultura es la primera resolución judicial que entra de lleno a valorar si existe o no expolio. Para ello solicita 9 informes técnicos, incluyendo los del Ayuntamiento y la Generalitat Valenciana y resuelve, como se ha indicado, que la ejecución del PEPRI supone el expolio del Cabanyal afirmando que la defensa del patrimonio contra el expolio es competencia exclusiva del Estado, teniendo en cuenta los rasgos que definen el barrio como BIC según la propia GVA y al artículo 21.3 de la Ley 16/1985 de PHE que alude al mantenimiento de la estructura urbana y arquitectónica de los declarados como conjuntos históricos: "En todo caso, se mantendrán las alineaciones urbanas existentes".

Apenas unos días después, el Consell aprueba el Decreto-ley 1/2010, de 7 de enero, de Medidas de protección y revitalización

[8] Sentencias del Tribunal Supremo de 12, 13 de marzo, y 16 de diciembre de 2008.

[9] Ramos Segarra (2008: 95-96), abogado de la plataforma Salvem, explica cómo en 2007 solicitaron adelanto de fecha para dictar sentencia alegando en uno de los motivos que en la misma sección 5ª del TS se tramitaba un recurso (Recurso nº 8/257/2005) contra la sentencia del TSJ de Madrid, "favorable a los recurrente que denunciaron ante el Ministerio de Cultura el PEPRI como acto de expolio.

del conjunto histórico de la ciudad de Valencia que deroga todas las leyes y decretos que entren en conflicto con éste, "y de forma especial el Decreto 57/1993, de 3 de mayo debe entenderse derogado o modificado en cualquier precepto que indique la presente ley". El decreto se convierte en la Ley 2/2010, de 31 de marzo, de la Generalitat, derogando el decreto 57/1993 y el Decreto-ley 1/2010. Autoriza cualquier actuación del PEPRI sobre el conjunto histórico del Cabanyal. Al mismo tiempo, la Generalitat recurre por la vía contencioso-administrativa la Orden del Ministerio.

En esta ley se afirma que "desde luego, la trama y la arquitectura no son valores lo suficientemente trascendentes" y que la ejecución del PEPRI, ya en fase avanzada del proyecto y con presupuestos comprometidos, es de "extraordinaria necesidad".

El Abogado del Estado, previo dictamen favorable del Consejo de Estado, plantea recursos de inconstitucionalidad al decreto-ley y ley de la GVA (recursos 803/2010 y 2977/2010).

El Gobierno de Mariano Rajoy acordaba en el consejo de ministros del 31 de octubre de 2013, retirar el recurso que interpuso el ejecutivo de Rodríguez Zapatero ante el Tribunal Constitucional y que mantenía paralizado el PEPRI. El acuerdo implica a las tres administraciones en el conflicto –Gobierno de España, Generalitat Valenciana y Ayuntamiento de Valencia– y contempla la derogación de la ley 2/2010 aprobada por el Gobierno valenciano para salvar la orden ministerial, así como una posterior adecuación jurídica que permita la convivencia entre el PEPRI y el Real Decreto 23/1993 del Gobierno Valenciano que declara el núcleo original del ensanche del Cabanyal Bien de Interés Cultural. La vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, explicaba que tras la retirada del recurso, el Consell se compromete en un plazo máximo de 3 meses a derogar las leyes que originaban el conflicto y a "mantener en suspenso la ejecución del PEPRI hasta que se llegue a un acuerdo" que haga compatible "la protección y modernización" del barrio.

Seis meses después, el acuerdo o nuevo plan no ha visto la luz. El 6 de abril de 2014, "una multitudinaria manifestación" en el Cabanyal pedía "un plan de futuro consensuado para el barrio" (EFE, 2014). Salvem el Cabanyal reclamaba un nuevo plan urbanístico para el barrio que cuente con participación ciudadana y que elimine la prolongación de la avenida Blasco Ibáñez. "Miles de personas han participado en la protesta, que se ha desarrollado en tono festivo, entre vecinos, representantes de los partidos de la oposición (PSPV, Compromís y EUPV), de UPyD y Esquerra Republicana, de sindicatos (UGT, CCOO, Intersindical y CGT) y miembros de la Asociación de Vecinos de Valencia". Vicent Gallart, desde la organización comentaba: "Es chocante, le pedimos a la alcaldesa lo mismo que el Consejo de Ministros, un nuevo plan que elimine la prolongación y el expolio, y tenga participación ciudadana". Gallart ha manifestado que el Ayuntamiento de Valencia es la única administración que no ha cumplido, en referencia a la adecuación del PEPRI a la Orden Ministerial. A su juicio, el equipo de gobierno "no tiene ningún interés en avanzar en el proceso y está intentando dilatarlo pensando en las elecciones".

Tras la manifestación, la alcaldesa de Valencia afirmaba: "El proyecto sigue igual, sigue adelante, avalado por la mayoría absoluta de los que viven en el Cabanyal, y lo vamos a cumplir". Así de tajante se mostraba la alcaldesa de Valencia, Rita Barberá, tras ser preguntada por la manifestación que recorrió las calles del Cabanyal aquel domingo y que habían convocado la plataforma Salvem y la asociación de vecinos (*Las Provincias*, 8 de abril de 2014). Según Barberá, el PEPRI es un documento "aprobado por la mayoría absoluta" de los vecinos de este barrio, que el domingo salieron a la calle para reclamar un proyecto de consenso que recupere el barrio. La alcaldesa indicó que se trabaja en la adaptación de este plan a la orden del Ministerio de Cultura que hay en vigor y que lo paralizó, así como que este trámite se hará "a partir del cumplimiento del proyecto del ayuntamiento" que hay "aprobado".

Como puede leerse en la web del PEPRI, sobre la situación actual del plan:

> Se encuentran en fase de desarrollo diversas Unidades de Actuación que prevén la apertura y redefinición de alineaciones de calles, para conseguir una regularidad en sus trazados y, a su vez, nuevos espacios sociales que serán desarrollados tanto desde el Ayuntamiento de Valencia como desde la Generalitat Valenciana, según directrices del propio Plan (…) Todas estas intervenciones serán desarrolladas próximamente, si bien la Orden ministerial de 29 de diciembre de 2009 abre un paréntesis, por el momento, en el calendario del desarrollo del Plan.

4. Análisis del tratamiento informativo

El análisis del relato informativo en torno al conflicto del Cabanyal se ha centrado en los dos grandes diarios de la ciudad por su importancia y por la polarización ante un conflicto de esta naturaleza. En ellos encontramos a defensores y detractores de los planes del Ayuntamiento sobre el barrio. Cada uno de los periódicos adopta un posicionamiento distinto y emplea

estrategias para defenderlo. De ellas, en ocasiones, se extraen incluso argumentos para el debate público.

Se ha escogido como unidad de análisis la portada con objeto de conocer cuál es el enfoque principal que el medio da a los acontecimientos y qué noticias destaca. La portada es el anuncio de los principales contenidos que el periódico lleva en el interior de modo que muestra la jerarquización que hace de la actualidad.

El periodo analizado es enero-abril de 2010 y en ese tiempo, el tema aparecerá en portada en 25 ocasiones, en el caso de *Levante-EMV,* y 38, en el de *Las Provincias*. Cuando narran los principales acontecimientos (aprobación de la orden ministerial, decisión del Consell sobre la protección del barrio, presentación de recursos o autorización de derribos) la importancia concedida y el relato del hecho no difieren significativamente en ambos diarios. Sin embargo, cuando se trata de recoger reacciones políticas o de introducir elementos en el relato que avalen la posición de cada uno, sí pueden verse grandes diferencias.

El relato que hacen los dos diarios sobre los hechos presenta el conflicto como una guerra política. Es verdad que tiene la apariencia de enfrentamiento institucional pues los sujetos que actúan son el ministerio de Cultura, el Ayuntamiento de Valencia y la Generalitat Valenciana. Sin embargo, lo que narran los periódicos no es tanto un conflicto de competencias como un enfrentamiento entre dos partidos, dos concepciones de la intervención urbanística y sobre todo dos grandes adversarias que intentan imponer su punto de vista. En efecto, las protagonistas del choque son la alcaldesa de Valencia, Rita Barberá, y la ministra de Cultura, Ángeles González Sinde. Junto a ellas, están presentes y respaldando su actuación, a tenor de lo recogido en los medios, el presidente de la Generalitat, Francisco Camps, y el presidente del Gobierno, Rodríguez Zapatero. Solo en una ocasión se menciona a Rajoy para dar por hecho que apoya el plan de la alcaldesa.

La guerra se pone de manifiesto en el relato cuando el diario *Levante-EMV* publica, al final del periodo analizado (23 de abril) el titular "Gobierno y Consell negociarán la paz en una cumbre sobre el Cabanyal, chiringuitos y parany" refiriéndose a la posibilidad de que el gobierno retire los recursos de inconstitucionalidad que tiene presentados sobre distintos proyectos o leyes valencianas. También lo presenta así *Las Provincias* al incluir un texto en domingo titulado "Zapatero y Camps ante la guerra total". En ese texto, se hace un repaso a todos los conflictos entre el gobierno central y la Generalitat, casi una decena, entre los cuales está el del Cabanyal. Ambos periódicos, pues, son conscientes de que el Cabanyal es un arma arrojadiza entre los dos grandes partidos.

En esa visión conflictual el tono se incrementa cuando unas semanas más tarde *Las Provincias* titula con "La protesta contra el plan del Cabanyal se convierte en un ataque frontal al PP". Es su forma de explicar la manifestación celebrada el 31 de enero de 2010. Las críticas al plan son interpretadas como un ataque al PP lo que se justifica con la presencia y actuación del PSPV. Así lo dice cuando insiste ese mismo día en un destacado en una clave que volverá a repetir: "Partidos y asociaciones de izquierdas reúnen a miles de manifestantes". Para *Las Provincias* el conflicto es político en la medida en que los grupos de la oposición protagonizan la protesta contra el plan.

Esa forma de presentar el enfrentamiento tendrá su ejemplo más significativo tras las cargas policiales por la oposición vecinal a los derribos. El 9 de abril de 2010, *Las Provincias* abre con una gran fotografía a toda página de la policía contra los manifestantes bajo el título, a cinco columnas, "Salvem llena el Cabanyal de okupas y antisistemas" y el domingo siguiente incluye un reportaje titulado "El Cabanyal, foco antisistema". Esa la misma línea de presentar la oposición al plan como una estrategia de desgaste político por parte de los grupos de izquierdas.

En los textos analizados, no hemos encontrado ni en el enfoque ni en el peso de la información un predominio de argumentos técnicos o culturales, quizás porque el receptor valenciano lleva años leyendo textos sobre el Cabanyal. A eso se suma que apenas se incluyen voces en las portadas de expertos o técnicos en Urbanismo o Patrimonio. Es cierto que una portada no es el lugar más adecuado para un despliegue de fuentes pero podemos observar cómo los vecinos sí tienen un hueco, ya sean los grupos de Salvem el Cabanyal, ya sean los que apoyan los planes de la alcaldesa, según de qué periódico se trate. De ese modo lo que encontramos es un relato politizado en el que la selección de sujetos protagonistas, acontecimientos (en especial los que se construyen para apuntalar el relato propio), lenguaje utilizado e incluso algunas imágenes revelan una toma de postura.

En enero, la orden del Ministerio de Cultura es presentada de un modo similar en *Levante-EMV* y *Las Provincias* tanto en importancia (es el titular más relevante de la página y se publica a cinco columnas) como a la hora de explicarle al lector lo sucedido. Sin embargo, a partir de ese momento se verá la disparidad de interpretaciones. Mientras que *Levante-EMV* explicará al lector

que el Consell pretende eludir la orden cambiando la protección del Cabanyal, *Las Provincias* enfocará el hecho en positivo: "Ayuntamiento y Consell garantizan la prolongación de Blasco Ibáñez". Frente al "eludir la orden", encontramos "garantizan la prolongación". Es una clave permanente en el relato de *Las Provincias*; desde su punto de vista el Plan es un acierto y seguir adelante con él, una buena noticia. Así, vemos cómo en otra ocasión habla de "Camps blinda el plan" o, por el contrario, "El recurso de Zapatero frenará al menos 3 años el plan del Cabanyal" o, más tarde, "El recurso de Zapatero aboca el plan del Cabanyal a un nuevo retraso" y por último, ante la paralización motivada por la admisión a trámite del recurso en el tribunal Constitucional: "El Constitucional prolonga la agonía del barrio del Cabanyal".

En ese momento, también vemos cómo *Levante-EMV* ofrecerá un ejemplo de la polarización en las dos mujeres dirigentes, Barberá y González-Sinde, pues, junto al titular de la noticia, ofrece dos destacados, cada uno de ellos con declaraciones de una de las protagonistas. Ya está servido el conflicto.

Es entonces cuando los periódicos sacan toda su artillería para defender o desautorizar la voz contraria. De ese modo, *Las Provincias* abrirá su portada del 7 de enero con un gran titular a cinco columnas, "Los vecinos afectados avalaron con sus votos la prolongación de Blasco Ibáñez". No será la primera vez que se cite el dato pero sí la primera de varias referencias a los apoyos que determinados sectores darán al proyecto. Así, en la misma portada se incluye no sólo el titular y llamada del editorial "En beneficio del Cabanyal" sino también una declaración del arquitecto responsable, Alejandro Escribano, en la que dice que "El Cabanyal se quedaría aislado de la ciudad sin este plan". Dos días más tarde será el Colegio de Arquitectos quien lo defienda: "El Colegio de Arquitectos de Valencia niega expolio en el plan del Cabanyal". La guerra de voces tiene en los arquitectos el ejemplo más significativo. El 20 de febrero ambos periódicos se hacen eco de un manifiesto contra el plan del Cabanyal firmado por un grupo de arquitectos valencianos. Mientras que *Levante-EMV* lo titula "200 arquitectos se rebelan contra el informe del colegio a favor de los derribos en el Cabanyal", *Las Provincias* lo presenta como "Sólo 200 de 4.500 arquitectos firman contra el plan del Cabanyal".

No acaban ahí la selección de voces a favor o en contra. Dados los intereses económicos, no faltan sus protagonistas: "Comerciantes y hosteleros, a favor del plan del Cabanyal" (*Las Provincias*, 12 de enero); "El apoyo al plan del Cabanyal se extiende hasta el empresariado" (*Las Provincias*, 23 de abril). E incluso cuando se publica la opinión del líder de la oposición, se da peso al argumento: "Rajoy apoya el plan del Cabanyal porque es "de sentido común" (*Las Provincias*, 15 de marzo).

Sin embargo, hay una aportación especialmente importante en este periodo que es la voz de los vecinos pues no solo es constante en *Las Provincias* sino que en este periodo consigue organizarse para dar la réplica a los Salvem. El 29 de enero, el periódico lleva en portada la foto y una declaración de Concha Visiedo, impulsora de una campaña a favor del plan. En ella dice: "al recoger las firmas veo que somos muchos los que queremos la prolongación". Unos días más tarde, el 11 de febrero, ese movimiento ya empieza a cuajar: "Los partidarios del plan del Cabanyal reciben un apoyo masivo en su primera reunión". El 16, el periódico llevará a toda página una fotografía de dos vecinos con el titular "Más insultos a los defensores del plan del Cabanyal"; el día 22, una foto a toda página abriendo la portada de la recogida de firmas con el titular "El apoyo al plan del Cabanyal se multiplica" y, ya en abril, el testimonio de unos vecinos realojados que afirman "Ojalá hubiéramos dejado antes la casa del Cabanyal" (13 de abril). En ningún momento aparecen las voces de los Salvem en portada. Frente a eso su forma de presentar a los detractores del plan es insistente: "Políticos de izquierda, okupas y Salvem" es su resumen publicado el día 7 de abril y al día siguiente recoge un pequeño texto sobre los enfrentamientos entre vecinos en el que dice "Vecinos a favor de la prolongación salen a la calle para defender los derribos que quieren parar los Salvem y el PSPV" o bien "Salvem engorda su manifestación con 15 asociaciones no valencianas". Es decir, desautoriza la posición de los vecinos que no aceptan el plan del Cabanyal a partir de la presencia de grupos radicales, de izquierda e, incluso, de grupos violentos.

Por último, *Las Provincias* utiliza otro elemento para sostener su postura. En esta ocasión se trata de datos concretos que avalan el plan. Así, el 10 de enero, aparece un titular a toda página con una gran foto: "El abandono deja la población del Cabanyal bajo mínimos". No es un dato de actualidad sino una apuesta del periódico por tematizar con los beneficios o perjuicios que acarrea el plan del Cabanyal o su paralización. De ese modo, vemos otros titulares en ese periodo: "El proyecto del Cabanyal prevé 70 pisos para atraer nuevos vecinos" o "La mitad de los pisos que se derribarán para prolongar Blasco Ibáñez están vacíos" (13 de enero). Esa estrategia también es usada por *Levante-EMV* quien el día 11 de enero abre su portada con "El Síndic cuestiona el dinero que se pagó a las constructoras que salieron de Cabanyal

2010" o "El escombro de los derribos del Cabanyal va a parar a un vertedero sin regular de Cheste" (14 de abril). Sin embargo, solo son dos pinceladas sin continuidad y con vinculación a datos nuevos de actualidad.

Levante-EMV también publica referencias a los vecinos pero en sentido opuesto y de forma mucho más moderada. En su caso tienen más protagonismo los propios hechos o las voces institucionales, no solo Rita Barberá, Francisco Camp o Ángeles González Sinde, sino también Mª Teresa Fernández de la Vega y Ricardo Peralta. Éste último aparece pidiendo a los vecinos que presenten recursos: "El Gobierno anima a los vecinos a liderar la protesta contra el plan del Cabanyal" (9 de enero). Aunque el titular es confuso –pues parece que les impele a manifestarse– el texto que acompaña aclara que anima a presentar recursos.

Será en la información que publica sobre la manifestación del 31 de enero cuando mencione a los vecinos contrarios al plan: "Vecinos del barrio, entidades y partidos exigen la rehabilitación y denuncian el "falso valencianismo" de la Generalitat". Ésa y el apoyo de asociaciones de vecinos de toda España, el 12 de abril, son las únicas voces vecinales que tienen hueco en sus portadas. El resto son dirigentes políticos, incluido, como hemos visto Peralta, delegado del gobierno, que tiene un protagonismo mucho más diluido en *Las Provincias*.

Las actuaciones son narradas con términos duros: en *Levante-EMV* podemos leer "acusa", "eludir la orden", "decide por decreto", "Barberá desacatará la orden", "se rebelan contra el informe" o "desatan una refriega". Por su parte, *Las Provincias* usa un lenguaje de protección sobre el plan lo que ofrece una imagen positiva del mismo. Si es algo que debe ser protegido, sin duda es algo bueno. Dicen "garantizan la prolongación" o "Camps blinda". En negativo se presenta por tanto la actuación destinada a frenarlo: "El recurso aboca a un nuevo retraso", "Avanza el plan del Cabanyal" (refiriéndose a los derribos), "paralizar el plan", "prolonga la agonía". Por último, las referencias a los posicionamientos muestran la clave política al hablar de "ataque frontal al PP" y el argumento del apoyo popular para justificar el plan: "apoyo masivo" y "el apoyo se multiplica".

Por último, los elementos gráficos no son explotados en la portada salvo en algunas ocasiones. *Levante-EMV* muestra sobre todo los hechos: vecinos celebrando la orden ministerial, la manifestación del día 31 de enero, la visita de la ministra al Cabanyal y las cargas policiales.

Las Provincias, por su parte, salvo el momento de los derribos y de las cargas policiales, usa las fotografías para defender su postura. Así, vemos cómo publica la imagen de un solar abandonado y de la imagen más degradada del barrio; a los vecinos que defienden el plan y son amenazados o vituperados; los derribos y, por último, las cargas policiales.

5. Reflexiones finales

El papel del periodista especializado resulta esencial cuando se trata de explicar y dotar de sentido la defensa y protección del patrimonio cultural. Sin embargo, con frecuencia el *newsmaking* transforma lo cultural en política y, aunque es cierto que la gestión del patrimonio requiere decisiones políticas, el riesgo se presenta cuando la riqueza cultural de una comunidad es usada como arma arrojadiza en la batalla entre partidos.

El caso del Cabanyal en Valencia es un ejemplo de ello. La ausencia de un debate sereno y la instrumentalización política del patrimonio cultural y artístico han precipitado en un conflicto político más. En ese proceso los medios de comunicación han tenido un papel destacado.

Los dos diarios más importantes de la ciudad de Valencia no centran su relato en el conflicto de competencias o entre instituciones sino en el enfrentamiento entre gobierno y oposición, ya sea en el ámbito estatal como local, y presentan los acontecimientos como un riña casi personal entre los dirigentes públicos. Para ello incluyen preferentemente voces políticas y sociales con las que defender o atacar los planes sobre el barrio. Apenas tienen eco las voces de los expertos que son utilizadas, cuando aparecen, para apuntalar una u otra posición. En cualquier caso, se trata de dos puntos de vista divergentes sobre los mismos acontecimientos y una actuación que anima, provoca y canaliza las inquietudes de los propios ciudadanos sobre un conflicto, el del Cabanyal, que aún no ha visto escrita su última palabra.

6. Bibliografía

Blasco Ibáñez, V. (1901, 6 de noviembre). "La revolución de Valencia" en *El Pueblo*.

Borrat, H. (1989). *El periódico, actor de conflictos*. Barcelona: Gustavo Gili.

Efe (2014, 8 de abril). "Una multitudinaria manifestación en el Cabanyal pide un plan de futuro consensuado

para el barrio" en *Las Provincias*. Consultado el 10 de abril de 2014 en http://www.lasprovincias.es/20140406/comunitatvalenciana/valencia/manifestacion-cabanyal-contra-prolongacion-201404061336.html

—. (2014, 8 de abril). "Barberá responde a los vecinos que el plan del Cabanyal 'sigue adelante'" en *Las Provincias*. Consultado el 10 de abril de 2014 en http://www.lasprovincias.es/v/20140408/valencia/barbera-responde-vecinos-plan-20140408.html.

Fontcuberta, M. y Borrat, H. (2006). *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.

García Fernández, J. (2010). "La expoliación del barrio valenciano del Cabanyal: competencia del Estado y rebelión autonómica" en *El Cronista del Estado Social y Democrático de Derecho 13*, pp. 44-57.

García, H. (2014, 3 de febrero). "El Cabanyal en la encrucijada" en *Levante-EMV*. Consultado el 4 de febrero de 2014 en http://www.levante-emv.com/valencia/2014/01/31/cabanyal-encrucijada/1074088.html

Gomis, L. (1991). *Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Hernández de Paz, E. (2006). "De tesoro ilustrado a recurso turístico: el cambiante significado del patrimonio cultural" en *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 4,* pp. 1-12.

Herrero García, L. F. (2006). "Vida en el barrio: Cabanyal, un conjunto histórico protegido… y amenazado" en *I.T. 75*, pp. 86-95.

Jiménez López, J. (2012). "Cabanyal. Los ciudadanos en la protección de los valores de su medio urbano" en *Revista ph. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico 82*, pp. 106-111.

Mercado, M. T. (2006). "Informar sobre Patrimonio Cultural: una especialización necesaria" en *Prensa y Periodismo Especializado 3*, pp. 223-233.

Ortiz, P. (1998). *Patrimonio y medios de comunicación*. Actas de las jornadas celebradas el 18 de abril de 1997 en Valencia. Generalitat Valenciana.

Phares, J. (1998). *Patrimonio y medios de comunicación*. Actas de las jornadas celebradas el 18 de abril de 1997 en Valencia. Generalitat Valenciana.

Raga, C. (1998). *Patrimonio y medios de comunicación*. Actas de las jornadas celebradas el 18 de abril de 1997 en Valencia. Generalitat Valenciana.

Ramos Segarra, J. L. (2008). "El Cabanyal, cronología de un urbanicidio" en *Patrimonio Cultural y Derecho 12*, pp. 69-104.

Rodrigo Alsina, M. (1989). *La producción de la noticia*. Barcelona: Paidós.

Soriano, L. (2014, 3 de marzo). "La ocupación asedia el Cabanyal" en *Las Provincias*. Consultado el 23 de marzo de 2014 en http://www.lasprovincias.es/v/20140303/valencia/ocupacion-asedia-cabanyal-20140303.html

Wolf. M. (1987). *La investigación de la comunicación. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Ed. Paidós.

EL PARÍS DE WOODY ALLEN: LA CIUDAD NARRADA

Marta de Miguel
Universidad Antonio de Nebrija
Mario Rajas
Universidad Rey Juan Carlos

1. Introducción

Desde que, en 1977, Woody Allen estrenó *Annie Hall*, su primer gran éxito cinematográfico, su filmografía como director adquirió una progresiva incorporación de planteamientos narrativos vinculados a lo urbano. Si hacemos un repaso al listado de largometrajes que ha dirigido, podemos distinguir cómo la mayoría de ellos están enmarcados en la ciudad de Nueva York, adoptando este espacio discursivo un papel fundamental en el relato.

Casi veinte años más tarde del estreno de su primera película urbana con Nueva York como fondo, en 1996 nos encontramos con un film que materializa sus primeras incursiones en territorio europeo. El largometraje *Todos dicen I love you* comparte escenarios en Nueva York, Venecia y París. Es el primer giro que el director realiza hacia Europa y, en concreto, sitúa a la capital de Francia como una ciudad de referencia en su filmografía. A partir de este momento encontramos varios guiños y alusiones a París en películas como *La maldición del escorpión del jade* (2001) o *Un final Made in Hollywood* (2002). A pesar de estar rodados en suelo norteamericano, en los diálogos de estos largometrajes se menciona y califica el espacio urbano parisino. Pero no es hasta el año 2011 cuando Woody Allen se decide a rodar una película netamente urbana enmarcada en París. *Medianoche en París* plasma la estela urbana encontrada en anteriores trabajos del director y lo efectúa de una manera muy particular, mostrándonos varias etapas históricas de la ciudad bajo una perspectiva idílica, subjetiva y manifiestamente personal. Woody Allen, a través del relato cinematográfico, consigue crear una imagen conceptual y emocional de la ciudad que, debido a la gran difusión de sus obras fílmicas, se propaga globalmente generando un auténtico *relato urbano* que bebe de la imagen icónica del lugar y crea sensaciones de carácter sinestésico en el espectador. El análisis fílmico de las cuatro películas que componen el corpus de estudio de esta investigación nos desvelará de qué forma París ha sido objeto de la narración y cuál es el ideal que Woody Allen propaga sobre la considerada *ciudad del amor*.

2. Metodología

La disciplina de la narrativa audiovisual nos marca la senda para estructurar el análisis de la ciudad de París como espacio narrativo. Partimos del supuesto de que la ciudad se configura como un relato en la filmografía de Woody Allen, un relato que se construye a sí mismo a través de los recursos propios de la narrativa audiovisual. Específicamente, para nuestro estudio, nos basaremos en el análisis e interpretación de la dimensión espacial del relato fílmico como componente esencial de la enunciación fílmica.

El espacio narrativo, siguiendo a Chatman (1990), se configura como una estructura sígnica y, como tal, puede ser segmentado y descrito en varias categorías.

Por una parte, tenemos el espacio fílmico –que abarca todo lo relativo a la dimensión formal del mismo, dada por la sustancia expresiva propia del sistema cinematográfico– y, por otra, el

espacio diegético –aquel que se construye para dotar de marco y de significado a la historia contada–.

Teniendo en cuenta estas premisas, nos hemos basado en modelos de análisis previos que abarcan el estudio espacial desde perspectivas que consideramos parciales para nuestro objetivo. Incluso englobar el aspecto formal y el aspecto narrativo resultaba vago, pues obviaba gran cantidad de información dialogada que, sin duda, resultaba sustancial para extraer datos relevantes acerca de la configuración de la imagen conceptual de la ciudad.

Por otra parte, basándonos en teorías analíticas sobre el espacio en la novela, concluimos que el espacio narrativo se configura a través de la descripción, la narración y el diálogo, según defiende (Zubiaurre, 2000: 45-46). Siguiendo, pues, esta propuesta triple de análisis, se consigue estudiar de forma completiva el espacio narrativo, tanto en su perspectiva formal como sustancial.

Así, la metodología se basa en la aplicación de tres plantillas de análisis diferentes, no excluyentes entre sí, y que se aplican dependiendo del tipo de secuencia a la que nos enfrentamos. El desglose del texto fílmico en secuencias y su posterior categorización resulta clave para la consecución de resultados.

Por tanto, finalmente, se delimitan tres tipos de unidades tipo secuencia: la dialogada, en las que se hace referencia a la ciudad en comentarios de personajes o narradores; la descrita, en las que la ciudad es visible para el espectador a través de la articulación del espacio fílmico en imagen; y la narrada, en la que se relatan acciones de los personajes en el núcleo urbano en cuestión.

Esta triple propuesta de análisis representa un modelo integral para el estudio del espacio en la narración audiovisual y permite extraer información de relevancia para nuestro cometido principal.

3. El sueño de un americano en París

La bibliografía referente a Woody Allen insiste en presentar al director como un hombre estrechamente unido a su ciudad natal, Nueva York; en su filmografía ha dejado muestra fehaciente de ello. No obstante, "aunque podría considerarse a Woody Allen el más destacado cronista de la vida y costumbres metropolitanas en los Estados Unidos de finales del siglo XX, sus influencias son una amalgama de la vieja Europa y Nueva York" (Lax, 1994: 25). Las referencias al cine europeo son constantes en su obra e imita técnicas y estilos de los cineastas europeos que más le han influido. Pero más allá de esto, muchos de sus guiones se basan en el ya manido ideal del *americano en París*. Un sueño que parece recurrente en el cine norteamericano en general y que Woody Allen recoge como un nuevo icono de su filmografía:

> Es el sueño de mi vida, vivir juntos en París, no sabes lo emocionado que estoy (*Un final Made in Hollywood*, 2002).

Así queda París reflejada en los diálogos de *Un final Made in Hollywood*, como la ciudad soñada y la ciudad del amor. Allen, en esta película, arremete irónicamente contra este estereotipo parisino generado en el entorno hollywoodiense, a la vez que continúa nutriéndolo. Paradójico que un director tradicionalmente tan crítico con Hollywood utilice sus mismas herramientas. Sea o no con carácter burlón o satírico, Allen mantiene esta idea de París en los films que se aproximan de alguna manera a la ciudad. Resulta también paradójico que siendo un director que conoce tan bien París –según sus biografías pasa allí largas temporadas y habla francés a la perfección–, se quede en la mera repetición y propagación de ideales ya existentes, es decir, en el estereotipo narrativo. Sin embargo, con este recurso consigue dar a París una imagen conceptual propia muy sólida: ¿qué mejor seña de identidad para la ciudad que la experiencia de vivir un sueño romántico? Y de eso precisamente tratan los relatos fílmicos que construye en territorio parisino: del amor romántico y fugaz. No obstante, siembra la duda de la veracidad de ese amor con una moraleja clara: ¿es real el amor romántico que se produce en unas circunstancias espacio-temporales determinadas? ¿Afectan estas a la propia acción de amar?

> Soy un hombre sencillo. Mis planes son, no sé, vivir en París, a lo mejor enamorarme y dar largos paseos bajo la lluvia; escuchar música como, quizá, la cuarta de Mahler (*Todos dicen I love you*, 1996).

Esta declaración del film *Todos dicen I love you* esconde tras de sí algo de engaño, pues en realidad no son los verdaderos sueños de Joe, personaje que pronuncia el discurso, sino los sueños de Von, mujer de la que se ha encaprichado y de quien, casualmente, Djuna, hija de Joe, conoce secretos e intimidades. Así que ha empujado a su padre a crear una versión de sí mismo que encarne los deseos de Von con el fin de provocar la afinidad entre ambos. Es decir, han creado un relato de la relación soñada y, finalmente, la ha enmarcado en París, concretamente, en el nuevo y bohemio apartamento que Joe alquila para mudarse allí con su nueva conquista, Von. Es una relación surgida de la mentira, de la manipulación sentimental y de la aspiración hacia una vida de ensueño. Vida que, por estar basada en un ideal, no funciona.

> Siempre, siempre he tenido ese sueño, de que un día encontraría al hombre perfecto y él colmaría mis sueños y yo tendría una vida perfecta. Y ese sueño que, creo que más o menos formaba parte de la insatisfacción que sentía con Greg y con mi vida. Y entonces llegaste tú y parecías conocer todos mis secretos más íntimos… Dicho de otro modo, he visto mi sueño convertido en realidad y ese sueño ya no me tortura, ya puedo hacerle frente (*Todos dicen I love you*, 1996).

Nos dice esta secuencia que París, en efecto, mantiene el estereotipo claro de la ciudad del amor, ese amor idealizado, eternamente romántico e inalcanzable. Y precisamente por ser un amor romántico, resulta irreal o ficticio. Las relaciones amorosas de Joe fracasan y presentimos que siempre es por la misma razón, por idealizar una relación en torno a una ciudad a la que se ha mudado en busca de un amor eterno y que, como tal, no es capaz de alcanzar. Parece así la ciudad del desamor. No obstante, el halo de romanticismo que recubre París en este film es lo que verdaderamente la dictamina como la ciudad del amor, pues los idilios surgidos allí son a causa del propio entorno. Un ambiente proclive al amor fugaz que nace y muere en París. Lo que la catapulta, asimismo, como la ciudad de los sueños, donde estos se hacen realidad, a pesar de la fugacidad.

Residir en París supone para Joe una maldición que le persigue en su vida sentimental porque, como hemos comentado, sus relaciones no son más que pequeños romances contextualizados en un determinado espacio que tiene idealizado. De hecho, durante un paseo parisino con su exmujer, con la que guarda una verdadera y sincera relación de amista, vuelve a surgir una atracción entre ellos, pues el lugar y el ambiente de romanticismo actúa sobre los personajes. Este es un ejemplo de cómo una ciudad modifica la conducta de un personaje haciéndole vivir nuevas experiencias. Resulta, entonces, que París toma una funcionalidad activa en la relato manejando a los personajes a su antojo y haciéndoles vivir el sueño anhelado. Un sueño que se infunda de una falsa idea de realidad. Juega así esta película con la realidad y la ficción para describir la identidad parisina, identidad formada a través de una relato similar al que el propio Joe ha creado.

En cuanto a la irrealidad del amor romántico, ocurre algo similar en *La maldición del escorpión de jade*, donde aquellos amantes clandestinos manifiestan su mutuo deseo utilizando como palabra clave *París*.

> Ven esta noche. ¿Para poder mirarnos y rozarnos un poco y jugar entre nosotros en clave?. Sí, ahí está lo romántico. Algún día mirando atrás sabremos que en cierta época cuando uno de nosotros sacaba en público el tema de París significaba que en aquel momento uno se moría de ganas por hacer el amor con el otro (*La maldición del escorpión de jade*, 2001).

Resulta que, al final del film, esta pareja se rompe, pues estaba basada en el ideal romántico parisino. Como conclusión extraemos que el amor real no tiene cabida en una experiencia idealizada y que puede surgir en cualquier sitio, sin necesidad de encuadrarlo en un entorno determinado. Resulta, pues, que el estereotipo parisino se mantiene en la filmografía de Allen, pero el director contribuye también, en cierta manera, a desmitificarlo. Ese halo de ensoñación con el que París se mantiene perenne en la mente del espectador, se rompe con el fracaso amoroso de las historias protagonizadas en este lugar.

Por otra parte, la ciudad de París es mostrada en imágenes magistralmente también bajo ese tinte de grandiosidad y romanticismo en la primera secuencia de la película *Medianoche en París*. Si hay una secuencia fílmica que recoge el esplendor del espacio urbano parisino es ésta. Secuencia que, de tal belleza icónica, desprende una hiperrealidad casi exagerada. Vemos cómo a través del discurso cinematográfico, Allen sigue manteniendo la misma línea conceptual respecto a la urbe, a la que cataloga, de nuevo, como un lugar de ensueño. Este largometraje precisamente versa sobre esto. En *Medianoche en París* imperan las escenas nocturnas. Woody Allen nos muestra la noche parisina y sus locales más representativos a lo largo de la historia. Pero no nos equivoquemos, no se trata de enseñar únicamente el ambiente festivo de la ciudad. En realidad la noche simboliza el sueño y esta es la interpretación principal que extraemos del contexto: París es la ciudad de los sueños; y, por fin, al protagonista de *Medianoche en París* le permite vivir un sueño real. Un sueño que le hace renunciar a su actual situación acomodada en California por vivir el resto de sus días en un pequeño y bohemio apartamento de París.

El film comienza de manera impactante. La secuencia está narrada con gran autonomía del montaje y con una banda sonora centrada únicamente en la musicalidad. Nos cuenta un día normal de la ciudad. París amanece apacible, despierta con desayunos tranquilos en terrazas exteriores, comienza su actividad cautelosamente, sin tumultos, tráfico fluido y ávidos turistas. Cae la tarde tras el almuerzo y una intempestiva tormenta irrumpe en la ciudad reduciendo el nivel de actividad. Ocio, deporte y turismo remontan tras el chaparrón. La noche recoge los coches de vuelta al hogar. Con la belleza compositiva de estas imágenes, Allen logra captar la atención del espectador que asiste atónito a

una ruta turística por la ciudad sin levantarse del asiento. Desde la descripción visual se hacen notables algunos parámetros urbanos tan significativos como la dimensión espacial, el tipo de construcción y la concentración. La luminosidad de la imagen, la visibilidad del cielo y la prudente actividad urbana producen una sensación completamente onírica, resultando un auténtico placer para la vista. La imagen icónica de París es atractiva, seductora e impele al deseo. Así pues, el mismo discurso nos habla de la ensoñación que recubre París. La secuencia está construida con el cuidado, la dulcificación y el detalle característico de un placentero sueño. Aspecto que también se extrae del análisis diegético del espacio.

Más allá del aspecto visual del film, el aspecto formal de París, su belleza y grandiosidad también queda reflejado en los diálogos.

> Nunca he sabido si París es más bonito de día o de noche (*Medianoche en París*, 2011).
>
> No se sabe, no se puede elegir. Puedo darle una razón tajante para cada instante. ¿De qué manera puede alguien crear un libro o una pintura o una sinfonía o una escultura que pueda competir con una gran ciudad? No existe, porque mirando alrededor cada calle, cada boulevard tienen una forma de arte en sí mismos y al pensar que en este universo frío, violento y absurdo existe París y estas luces… bueno, no sé, no ocurre nada en Júpiter o Neptuno, pero desde la lejanía del espacio se ven estas luces, los cafés, gente bebiendo y cantando, en fin, es muy posible que París sea el punto más guay del universo (*Medianoche en París*, 2011).

Eleva a la ciudad a la categoría de arte. Arte que no sólo impera en el trazado y arquitectura, también en el espacio sociocultural. La aventura parisina de Gil hace un repaso a la historia del arte, concretamente a las vanguardias, movimiento surgido en la ciudad y que ha impregnado la obra de artistas internacionales en todos los campos. A través de la riqueza cultural de la ciudad, París se ha abierto al mundo. Asimismo, es complaciente con todo el que viene, lo dice la misma Gertrude Stein en el relato fílmico: "nuestra casa está abierta" (*Medianoche en París*, 2011). Se consolida así como una ciudad generosa, acogedora y cosmopolita. Pocos de los personajes son naturales de París, sin embargo la gran mayoría se han asentado allí. Llegaron para trabajar o formarse en alguna disciplina artística y han quedado enamorados de la ciudad, como es el caso de Adriana:

> Yo nací en Burdeos, vine aquí para estudiar moda con Coco Chanel y me enamoré de París y también de un pintor angustiado judío-italiano de ojos muy negros (*Medianoche en París*, 2011).
>
> ¿Ha venido a París a escribir? Porque verá, hoy en día muchos americanos tienen la necesidad de trasladarse aquí (*Medianoche en París*, 2011).
>
> Tiene que quedarse aquí, es una ciudad maravillosa para escritores, artistas… (*Medianoche en París*, 2011).

Así que, todo el que va, repite o se asienta, como Gil, que seducido por la ciudad, es un títere en sus manos. París funciona en todo momento como determinante de la acción, es más, es el verdadero protagonista del film. Es el caso más paradigmático en cuanto a la construcción diegética del espacio urbano, al que se dota una verdadera capacidad actancial. París ejerce sobre Gil una influencia total de manera autoritaria. El personaje se inmiscuye en la sociedad parisina y bebe de ella hasta el punto de no poder desprenderse de su esencia. La ciudad cambia su vida por completo.

> Yo no voy a volver (a California). Y no tiene nada que ver con tu aventura romántica, París es París (*Medianoche en París*, 2011).
>
> No, yo me veo viviendo aquí, noto que sintonizo con los parisinos. Ya me veo paseando por la rue Rouge, con una baguette bajo el brazo, en dirección al café de fleur a zambullirme en mi libro. ¿Qué dijo Hemingway? Lo llamó una fiesta móvil (*Medianoche en París*, 2011).

Y con esta máxima queda descrita París, finalmente, en la obra de Allen: *París es una fiesta móvil*. Una ciudad que te sigue allá donde vas, que se queda impregnada en todo aquel que la visita. Una ciudad imposible de olvidar que cambia para siempre la existencia de quien la siente. La descripción de Gil, como vemos, resulta muy estereotipada, pero a la vez memorable por el homenaje a Ernest Hemingway, personalidad consciente del entorno parisino que plasmó en sus obras. Allen ha encontrado en esta frase la justificación perfecta para la construcción de su relato. Encontramos, de esta manera, que el desconocimiento del director sobre la cultura originaria de París le ha obligado a recurrir a la literatura para conseguir una imagen conceptual de la ciudad. *Medianoche en París* no es más que un retrato simplificado de lo que otros ya han contado, lo que, de por sí, configura un relato de la ciudad.

Finalmente, como conclusión, podemos observar que París queda enmarcada también como una ciudad para soñadores y nostálgicos que no son capaces de admitir el paso del tiempo ni de vivir la vida que les corresponde. Recoge, por tanto, el concepto inicial que erige a París como la ciudad de los sueños. Aunque, para algunos casos, como el de Gil, sueños que se hacen realidad.

> Que París exista y que alguien pueda escoger para vivir cualquier otra parte del mundo será siempre un misterio para mí (*Medianoche en París*, 2011).

4. Conclusiones

Entre el romanticismo y el onirismo se enmarca París en la obra de Allen. Un lugar que se ha construido a sí mismo y que, por su potencial creativo, ha inspirado a artistas de todo tipo que han ensalzado la marca ciudad bajo unos parámetros unívocos. En el caso de la filmografía de Woody Allen, a través de la creación de relatos cinematográficos que invitan al espectador a vivir una experiencia ilusoria, se forja un relato mayor: el *relato ciudad* de París, basado en las imágenes icónicas, las opiniones verbales y las acciones narrativas que ocurren en dicho núcleo.

Con este tipo de estudios basados en el análisis de la narración se pone de manifiesto que la técnica del *storytelling* es una manera plausible para generar opinión y deseo y, por tanto, se configura como una herramienta más de comunicación persuasiva. Su aplicación en la construcción de la marca ciudad es factible y resulta muy efectiva por la alta implicación del espectador en la historia. Porque quién no ha soñado vivir un lugar de cuento y más aún después de empatizar con aquello que los personajes viven. El cine, si por algo se caracteriza es por contar historias y, ya sean reales o ficticias, permiten soñar al espectador igual que lo hace un espacio. La imaginación y las aspiraciones no tienen límites, sólo hay que encontrar el lugar indicado para materializarlas. De esta manera Woody Allen encontró en Europa ese hueco en el mercado cinematográfico que casi había perdido. El espacio urbano de capitales europeas le han dado la oportunidad de seguir produciendo películas con un éxito casi insuperable –*Medianoche en París* superó los ciento cincuenta millones de dólares de recaudación–. Así que ha encontrado en la ciudad un nueva vía de explotación comercial que ha dado sostenibilidad a su carrera cinematográfica. De esta manera, la ciudad aporta un valor cualitativo al arte casi incalculable. Se manifiesta, por lo tanto, un campo de análisis muy destacado: el de la realización audiovisual –puesta en escena, montaje, etc.– aplicada a la experiencia de conocer y representar los relatos que conforman una ciudad.

Una fiesta, una narración móvil que amplía los márgenes espaciales del encuadre para construir historias abiertas, interactivas, fascinantemente participativas que se generan en el espacio mental y emocional del espectador y se extienden a su propio relato vital como personaje, como habitante, como turista o como ciudadano.

5. Bibliografía

Allen, W. (Dirección) (2001). *La maldición del escorpión de jade* [Película].

—. (Dirección) (2011). *Medianoche en París* [Película].

—. (Dirección) (1996). *Todos dicen I love you* [Película].

—. (Dirección) (2002). *Un final Made in Hollywood* [Película].

Carmona, R. (2005). *Cómo se comenta un texto fílmico.* Madrid: Ediciones Cátedra.

Casetti, F., y Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film.* Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Chatman, S. (1990). *La estructura narrativa en la novela y en el cine.* Madrid: Editorial Taurus.

Fonte, J. (2012). *Woody Allen.* Madrid: Ediciones Cátedra.

Frodon, J. M. (2002). *Conversaciones con Woody Allen.* (M. Salazar, Trad.) Barcelona: Ediciones Paidós.

García Jiménez, J. (1993). *Narrativa Audiovisual.* Madrid: Ediciones Cátedra.

Ginés, d. J., y Javier, L. (2004). *El espacio en la novela española contemporánea.* Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Girgus, S. B. (2005). *El cine de Woody Allen.* (F. López Martín, Trad.) Madrid: Ediciones Akal.

Lax, E. (1994). *Woody Allen.* (J. Mustieles, Trad.) Barcelona: Ediciones B.

—. (2011). *Conversaciones con Woody Allen.* Barcelona: Ediciones Debolsillo.

Martínez García, M. Á. (2011). *Laberintos narrativos. Estudio sobre el espacio cinematográfico.* Barcelona: Editorial Gedisa.

Zubiaurre, M. T. (2000). *El espacio en la novela realista: paisajes, miniaturas, perspectivas.* Madrid: Fondo de Cultura Económica.

LA CATEDRAL EN EL ENTORNO URBANO
MENSAJES EPIGRÁFICOS EN LA PLENA Y BAJA EDAD MEDIA

Irene Pereira García
Universidad de León

1. Introducción*

Un monumento epigráfico debe ser entendido como un medio de comunicación social. Si buscamos su naturaleza específica que lo defina frente a otros testimonios escritos, como el códice o el documento, encontramos que la base de su distinción es su función de *publicidad*. No una publicidad concebida bajo los actuales parámetros de una comunicación comercial que pretende la venta de un producto, sino más bien como una cualidad de *notoriedad* que da importancia al mensaje transmitido para ser divulgado a un determinado conjunto de la sociedad.

El primer autor que generaliza el término de publicidad aplicado a las inscripciones es el francés Robert Favreau, quien define en 1969 la Epigrafía como la "ciencia de lo escrito…en orden a una publicidad universal y permanente", aunque unos años antes Manuel Gómez-Moreno señalaba ya que "la publicidad, solemnidad y perdurabilidad la caracterizan" (Gómez-Moreno, 1953). Las inscripciones nacen para ser utilizadas en lugares públicos con el fin de que el mensaje llegue a un colectivo lo más amplio posible. De esta forma, una de las características principales de la escritura epigráfica, como sostienen Giancarlo Susini y Angela Donati (1986), será la de ser una escritura *expuesta*. La colocación de la inscripción es un factor decisivo en la función publicitaria del epígrafe. Esta función condiciona su aspecto material. La utilización de caracteres alfabéticos en módulo mayúsculo –o bien minúsculas agrandadas–, el color, la disposición del texto y la técnica de incisión son recursos que facilitan la llamada de atención sobre el texto (García Lobo, 1991: 37).

En los últimos veinte años hemos asistido a un creciente interés historiográfico hacia la inscripción como un vehículo de comunicación. Siguiendo la tendencia desarrollada por el paleógrafo Armando Petrucci sobre la historia de la cultura escrita, que apuesta por un análisis semiológico de la escritura, y considera importante formular una serie de interrogantes –*qué, cuándo, dónde*, *cómo* se efectuó el texto, por *quién* y con *qué* finalidad– como elemento clave para comprender todos aquellos factores que intervinieron en el proceso de comunicación, se estudia cómo estos factores influyeron notablemente en el producto final (Petrucci, 2002: 7-8). El monumento epigráfico es, cómo no, un producto de la sociedad que lo genera; nace porque tiene algo importante que transmitir, y nuestro objetivo será descubrir cuál es el mensaje que emitían y cómo lo materializaban.

2. La catedral como centro de producción publicitaria

Dicho esto, el surgimiento de las catedrales en la Edad Media puede explicarse a mi juicio, entre otras razones, porque existe un claro proyecto de comunicación. En contraposición a los monasterios –que viven para atender a aquellos que buscan la perfección espiritual, desconectados del mundo y sus intereses– las catedrales, situadas en pleno centro de la ciudad, serán

* Este trabajo ha sido realizado gracias a la concesión de una Beca de Formación de Personal Investigador del Ministerio de Ciencia e Innovación. Se enmarca dentro del proyecto de investigación *Corpus Inscriptionum Hispaniae Mediaevalium* financiado por este mismo Ministerio (ref. HAR2010-16629).

espacios más abiertos al público, concebidos desde el principio con una función catequética y doctrinal destinada a explicar los preceptos religiosos a los fieles.

En este sentido bueno será recordar las palabras de San Bernardo en su *Apología al abad Guillermo*: "Porque una es la misión de los obispos y otra la de los monjes. Ellos se deben por igual a los sabios y a los ignorantes y tienen que estimular la devoción exterior del pueblo mediante la decoración artística porque no les bastan los recursos espirituales, pero nosotros que ya hemos salido del pueblo… lo tenemos todo por basura" (Bernardo, 1993: 291). Así, a diferencia de los monasterios, las iglesias catedrales van a tener un componente doctrinal obligado pensado para los laicos y la necesidad de un mayor contacto con la sociedad.

No hay que olvidar que estamos en una época de gran dinamismo social, donde crecen las ciudades, se desarrolla la burguesía, aparecen nuevas herejías y, en el plano intelectual, surgen las universidades y la escolástica. Los problemas que plantean las nuevas doctrinas heréticas que aparecen en el siglo XII servirán para advertir del abandono en el que, en ocasiones, había caído el clero con respecto a su tarea evangelizadora. De ahí que en este momento veamos un mayor esfuerzo pastoral por inculcar a los fieles un sentimiento de lo sagrado a través de la enseñanza visual, el culto a los santos, la veneración a la Virgen y la práctica de la caridad (Díaz Bodegas, 1995: 290-291).

Los capitulares para estimular la devoción del pueblo, junto a la elaboración de todo un programa iconográfico, recurrirán a las inscripciones. Éstas, que se diferencian de las demás escrituras por su especial función publicitaria y su carácter universal y permanente, se configurarán como el instrumento idóneo para llevar a cabo esta tarea. Como señala Vicente García Lobo: "la sociedad catedralicia… tiene mensajes importantes que difundir y es consciente del valor de las inscripciones para este cometido" (García Lobo, 2004: 74). Con las inscripciones se pretende explicar los textos sagrados al pueblo, instruir en las obligaciones morales, hacer propaganda de su imagen y, a su vez, perpetuar en el tiempo la memoria de esta institución (Martín López, 2013: 154).

La producción epigráfica de una catedral nace, por consiguiente, para cubrir estas necesidades de comunicación publicitaria. En lo que respecta a la autoría de la inscripción, al emisor del mensaje, debemos hacer una distinción entre lo que es autoría interna y externa. Porque unas veces, será el obispo o alguno de los miembros del cabildo, si no en conjunto, quienes encargan la elaboración de un monumento epigráfico. Otras veces, en cambio, será la catedral la destinataria de esa promoción. Describir las características que presentan sus inscripciones, determinar los protagonistas que intervinieron en el proceso de su materialización y comprender la finalidad de los mensajes que transmitían son algunas de las preguntas que ahora nos planteamos.

3. Los protagonistas y sus mensajes epigráficos

3.1. La promoción personal del obispo

El obispo es una de las figuras más importantes en la promoción de monumentos epigráficos. Como príncipe de la Iglesia y gran señor, lo encontramos patrocinando la construcción de nuevos edificios, interviniendo en la consagración de iglesias, en la promoción y donación de objetos litúrgicos y, sobre todo, en numerosas inscripciones funerarias, que recogen su memoria.

En la antigüedad tardía, el epitafio de un obispo solía ser breve y sencillo, compuesto a partir del nombre, el cargo y un adjetivo calificativo (*venerabilis, devotus, benemerens*…), que alababa sus virtudes como hombre devoto, piadoso, venerable o siervo de Dios (*famulus Dei)*, acompañando normalmente al verbo *requiescit in pace,* descanse en paz (Ruiz Trapero *et alii,* 2003: 35-37). En la Edad Media, sin embargo, con el paso de los años sus inscripciones funerarias se harán cada vez más extensas, se alargan los elogios, aumenta la decoración y se añaden por primera vez en ellas los emblemas heráldicos.

En general, para ser designado Obispo, debía ser un hombre de prestigio y gran formación cultural. En la Alta Edad Media, lo más habitual era que los prelados salieran del entorno monástico, siendo bastante frecuente la figura del obispo-abad. Basta citar como ejemplo al célebre Oliba, abad de Ripoll y, más tarde, obispo de Vic, cuya promoción artística y literaria destacó a principios del siglo XI. Hay que señalar que la creciente ruralización de la sociedad feudal había convertido a los monasterios en los principales centros de transmisión y difusión de la cultura escrita. Por eso, durante la restauración de las primeras sedes episcopales el *scriptorium* catedralicio funcionó de modo similar a una institución monástica. La producción epigráfica de los monasterios y las catedrales será muy parecida en sus primeros años. A partir del siglo XIII con el nacimiento de los *studia* catedralicia, las universidades y el desarrollo de la escolástica, muchos obispos transmitirán a través de los epitafios esa condición de hombre culto y amante de la razón. Así lo podemos ver en el caso del

obispo Manrique, que se califica como *rationisamicus* en su epitafio en la catedral de León (Martín López, 2013: 156).

Por otra parte, como máxima dignidad eclesiástica, el obispo ejercía una gran influencia en el territorio situado bajo su jurisdicción. En función de la plena potestad de Orden, el obispo tenía en sus manos la colación exclusiva de los sacramentos, bendecía los óleos sagrados, ordenaba la liturgia y consagraba las iglesias, los altares y demás objetos litúrgicos (Sanz, 2013: 375-376). La presencia del obispo fuera de la catedral se manifiesta especialmente a través de las *consecrationes.* No hay duda de que una de las figuras más prolíficas en este tipo de inscripciones es el obispo Pelayo de Oviedo, que aparece a principios del siglo XII consagrando las iglesias de Sta. Eulalia de Doriga y San Adriano de Truñón (Asturias). Lo mismo podemos decir del obispo Mauricio de Burgos, con las iglesias de San Andrés de Cabria (Palencia) y Ntra. Sra. De Tres Fuentes de Valgañón (La Rioja). Estamos en un momento de reorganización y fijación de las fronteras internas de las diócesis. Su presencia, aparte de ser una mera obligación litúrgica, quizá también sea una forma de propaganda y hacer extensible el poder del obispo a todo el territorio. Sería interesante desde el punto de vista paleográfico comprobar si todas estas inscripciones salieron de un mismo *scriptorium* o taller. ¿Era la catedral un centro de producción publicitaria cuyas inscripciones abastecían a todas las parroquias situadas bajo su jurisdicción?

En los siglos XII y XIII, con el renacimiento de las ciudades y la construcción de las catedrales góticas, se ensalzará, por encima de todo, la función doctrinal del obispo como pastor de la Iglesia (Martín López, 2012). El objetivo de la catedral es la predicación y la enseñanza del cristianismo al pueblo, con sus contenidos teológicos y morales. Es una época en la que comienzan a desarrollarse los catecismos. Este fenómeno se observa en los formularios epigráficos que alaban a los prelados como "ejemplo de honestidad" o "ápice de piedad", entregado por completo a su función pastoral, como se comprueba en el epitafio leonés del obispo Rodrigo Álvarez (Martín López, 2013).

A partir del siglo XIV y, sobre todo, el siglo XV, las inscripciones disminuyen esta imagen de obispo como buen pastor y, por el contrario, exaltan más su poder temporal, sus hazañas militares y su promoción de obras artísticas. En este contexto se enmarca el epitafio del obispo Juan del Pino en la catedral de Santo Domingo de la Calzada del año 1346, cuya inscripción lee:

> Aqui yace el mucho onrado Don Juan, natural desta ciudad, obispo que fue de Cartagena. Este fizo muchas entradas en tierra de moros, en seruicio de Dios e de nuestro sennor el rey Don Alonso, e entro en Marselinfante e la quemo. E fue trasladado por el Papa Juan al obispado de Calaforra e de la Calçada, e fizo fazer de nuevo los palacios de Calaforra e de Uitoria e la claustra de esta iglesia. E fino sabado XXI días del mes de enero Era de mil e CCC e LXXX III anos. E Dios perdone las almas…

El obispo riojano consiguió del arzobispo de Aviñón el 30 se septiembre de 1334 la concesión de indulgencias a los fieles que asisten a los cultos de la catedral calceatense y ayudan a su mantenimiento (López de Silanes y Sainz Ripa, 1985: 143). Gracias a ello pudo reconstruir el claustro y promover la elaboración de otros edificios, como el palacio de Calahorra. Este favor logrado de la curia romana será una cuestión destacada para alabanza y gloria de los obispos. Sin duda, habría que recordar aquí igualmente el decreto de indulgencias del obispo Cabeza de Vaca de la Catedral de León, que se quiso publicitar en piedra. Del prestigio y patronazgo artístico de los prelados se dejó constancia en el texto de los epitafios y en la buena factura de los monumentos. Se contratan artesanos especializados, se cuida su elaboración, la escritura es elegante. La tónica dominante de estas inscripciones es la calidad.

3.2. El interés pedagógico-doctrinal del Cabildo

Las catedrales –como hemos comentado– tenían una clara función pastoral. Si atendemos a las palabras de San Bernardo que resaltan el carácter secular del obispo, vemos que su misión era aumentar la devoción del pueblo, explicando los misterios divinos a través de la imagen y la palabra. En este sentido, se desarrollan los programas iconográficos. Y las inscripciones se ponen no sólo al servicio de la liturgia, sino adquieren una mayor dimensión pedagógica. Sobre esta cuestión, indicaba Vicente García Lobo: "Salta a la vista que la publicidad catedralicia es fundamentalmente pastoral" (García Lobo, 2004: 74).

En lo que atañe estrictamente a los textos epigráficos, en este grupo debemos insertar las *explanationes,* las *hortationes y* las *invocationes.* Las *Explanationes* son letreros que acompañan a las escenas iconográficas para explicar su significado (Martín López y García Lobo, 2009: 194). En la Catedral de Santo Domingo de la Calzada disponemos de dos buenos ejemplos de *explanationes* del siglo XII. Una es la que dice «*in principio»,* situada en un capitel de la cabecera, que acompaña al águila de San Juan Bautista y alude a los orígenes eternos del Verbo (Juan 1,1); y la otra en un pilar, junto a la imagen del profeta Isaías, escribe su nombre e identifica al personaje. Según Isidro Bango Torviso, el programa iconográfico de la cabecera de Santo Domingo, que revela el

misterio de la Trinidad, es uno de los programas trinitarios más importantes de esta época (Bango, 2000: 52).

Por otro lado, se encuentran las *Hortationes*. Son inscripciones colocadas en lugares visibles, que incitan a los fieles a la reflexión y les recomiendan una vida virtuosa. En la catedral calceatense no conocemos ningún texto de esta tipología, sin embargo, fueron muy habituales. En último término, están las *Invocationes*, que con una finalidad moral y espiritual pretenden arrancar de los fieles una oración o pensamiento piadoso.

A este conjunto de inscripciones que observamos en las catedrales, utilizadas con una finalidad pedagógica o doctrinal explícita, debemos añadir, a partir del siglo XII, y XIII especialmente, los epitafios de aquellos capitulares (y algún obispo) que también incluían fórmulas morales y apostrofes al lector. Redactados muchas veces de forma versificada, son un vehículo de expresión cultural. Los autores aprovechan la ocasión para plasmar su saber y dar cauce a sus inquietudes culturales. Hablan sobre la fugacidad de la vida, la soledad ante la muerte, etc. Buen ejemplo lo constituye el epitafio del obispo Pelayo de la catedral ovetense (1129):

> Hoc sepulcrum Pelagii Ovetensis episcopi, Era MC. Hunc quicumque vides tumulum qui flore renides, caelestis fidei prospice mira Dei. Es quod quippe fui, quod sum cito credo futurus, nam sic vita brevis lavitur atque levis unde Deum tota quaeso cum mente precare, ut mihi det requiem quam valet ipse dare. Sic tibi det XPS requiem quam gliscis habere, dic de profundis pro me simul et miserere.
>
> Este es el sepulcro de Pelayo, obispo de Oviedo. En la era de mil ciento…Tú quienquiera que mires este sepulcro, que resplandeces con la flor de la fe celestial, contempla las maravillas de Dios. Eres pues lo que yo fui y creo que vas a ser pronto lo que yo soy, pues así es de breve y pasa ligera la vida. Por tanto, te pido que con toda tu alma reces a Dios para que él me conceda el descanso que pueda darme; que Cristo te dé a ti de igual modo, el descanso que tú deseas tener. Reza por mí el "de profundis" y el "misere" (Diego Santos, 1995: 88-89).

Lo mismo podemos decir del epitafio del canónigo Juan Martínez de Grajal (1447) de la catedral de León que con su "a*spice quid mundi gloria vana ferat"* alude a la vanidad de la gloria del mundo (García Lobo, 2004).

3.3. El protagonismo de la burguesía y nobleza local

Una vez analizada la producción epigráfica episcopal y capitular, trataremos sobre aquellas inscripciones que se elaboraron para una catedral pero cuya autoría, sin embargo, es externa. Son inscripciones promovidas por otros sectores de la sociedad que participan asimismo en la promoción de monumentos epigráficos. Pensamos en las donaciones ofrecidas por los fieles, los epitafios de los reyes… Nos centraremos aquí sólo en la promoción de la burguesía y la nobleza local porque adquiere en la Baja Edad Media un especial protagonismo.

A través de la construcción de capillas privadas, los nobles o burgueses van a hacer propaganda de su nueva condición social adquirida. Las inscripciones son utilizadas por este sector como un instrumento de vanagloria exaltando honores familiares, cargos desempeñados, etc. (García Lobo y Martín López, 1996: 144-145). Se producirá una gran proliferación de motivos heráldicos que simbolizan y recogen la memoria del linaje. Como ejemplo tenemos en la catedral de Santo Domingo de la Calzada la capilla del noble Pedro Suárez de Figueroa, que está allí enterrado, y cuyo texto es interesante porque, siendo hijo bastardo, se considera "verdaderamente hijo legítimo de Bernardino Fernández de Velasco, condestable de Castilla, Duque de Frías y Conde de Haro", procedente de una de las familias más poderosas. El epitafio está relacionado además con la publicidad de cumplimiento de las mandas testamentarias. Junto a la cartela, se encuentra el escudo nobiliario de la familia: un cuartelado de pinos y castillos.

3.4. La participación de los artesanos

En todo este proceso no podemos olvidarnos tampoco de los artesanos que intervinieron en las tareas de materialización de los monumentos epigráficos. En ocasiones, a través de dos tipologías epigráficas, las *donaciones* y *suscriptiones,* nos dejan constancia de su nombre y labor. Muchos proceden de talleres arquitectónicos, escultóricos y pictóricos profesionales que se han instalado en la ciudad. Reciben el encargo del obispo y los capitulares, que seleccionan el texto, y ellos lo confeccionan. El taller proporcionará las condiciones de trabajo y en él se realizan todas las operaciones de la *ordinatio* de una inscripción: pulimentado de la superficie del campo epigráfico, estudio del espacio para recibir la escritura, trazado de las líneas guía (la llamada *impaginatio*), etc. El artesano es un experto en el tallado de la piedra, el grabado o la pintura, y la ejecución de las letras se hace con pulcritud, lo cual garantiza un aspecto cuidado en la inscripción y una gran calidad en los letreros. La escritura empleada en esta época es la gótica, mayúscula en los siglos XIII y XIV, y minúscula en el siglo XV.

3.5. El fin de la comunicación: los mensajes y sus destinatarios

En la elaboración de las inscripciones que existen en la catedral participaron –como vemos– tanto el obispo y los capitulares, como personas ajenas a esta institución. La función de la sede

episcopal como centro eclesiástico de referencia encargado de estimular la devoción de los fieles, llevará a sus miembros a ver en las inscripciones un instrumento eficaz de comunicación. La catedral, ubicada en el centro de la ciudad, utiliza la epigrafía para transmitir aquellos mensajes que desean emitirse de una manera pública y permanente. Son mensajes que afectan a los más diversos aspectos de la vida religiosa: epitafios, breves oraciones a Dios, recomendaciones a los fieles, explicaciones de las escenas iconográficas, etc.

Por supuesto, en el proceso de comunicación, debemos aludir a los destinatarios del mensaje epigráfico; el conjunto de los fieles, algunas veces, o exclusivamente los miembros del cabildo, en otras. La ubicación de la inscripción es un factor decisivo para averiguar quiénes eran *de facto* los receptores del mensaje. En lo que respecta a las inscripciones situadas en la cabecera, existía una clara intención de explicar los programas iconográficos al pueblo mediante unos letreros que se leían y comunicaban oralmente (Martín López, 2013: 154). Por su parte, las inscripciones ubicadas en las capillas funerarias privadas tenían, por el contrario, un receptor muy restringido. Habría que prestar, por lo tanto, una mayor atención a los estudios de funcionalidad espacial realizados en conjuntos catedralicios para entender todo el proceso comunicativo y fijar bien cuál es el destinatario.

Abordar un estudio epigráfico, desde la teoría de la comunicación, lógicamente implica prestar una mayor atención a la génesis epigráfica. Con este término, por analogía diplomática, nos referimos al proceso por el cual se elabora una inscripción, desde que está en la mente de su autor hasta la entrega del producto. En este proceso interviene la voluntad o decisión de una persona de plasmar el mensaje en escritura epigráfica, las circunstancias del autor, el discurso, la materialización del texto, el destinatario y la respuesta que el autor quiere provocar en el receptor de su mensaje.

Con este breve ensayo hemos intentado conocer quiénes son los protagonistas que promovieron la elaboración de monumentos epigráficos y cuáles son los mensajes que transmitían en la Edad Media en el seno de una catedral. En general, hemos comprobado cómo un mismo emisor –pienso en la figura del obispo– utiliza las inscripciones en un determinado momento para transmitir una imagen de sí mismo, que difiere con el paso de los años. Sería interesante analizar ya para otra ocasión si esta imagen proyectada afecta o incide en otros caracteres formales de la inscripción, aparte del propio texto. Nos confirmaría, así pues, la cantidad de factores psicológicos que intervienen en la configuración de una inscripción.

Por último, en lo que atañe a la finalidad del mensaje epigráfico, hemos observado que las inscripciones cumplieron fundamentalmente un papel pedagógico-doctrinal derivado de la función misma de la catedral como iglesia madre de la diócesis y sede del obispo, aunque también se utilizaron las inscripciones como expresión cultural y de vanagloria.

4. Bibliografía

Bango Torviso, I. (2000). *La cabecera de la catedral de Santo Domingo de la Calzada*. Madrid: Espasa.

Bernardo (1993). *Obras completas de San Bernardo*, edición preparada por los Monjes Cistercienses de España, vol. I. *Introducción general y Tratados*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.

Díaz Bodegas, P. (1995). *La diócesis de Calahorra y La Calzada en el siglo XIII: (La sede, sus obispos e instituciones)*. Logroño: Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño.

Diego Santos, F. (1995). *Inscripciones medievales de Asturias*. Oviedo: Gobierno del Principado de Asturias.

García Lobo, V. y Martín López, M. E. (1996). "La escritura publicitaria en la Edad Media: su funcionalidad" en *Estudios humanísticos. Geografía, historia y arte*, nº 18, pp. 125-146.

García Lobo, V. (1991). *Los medios de comunicación social en la Edad Media. La comunicación publicitaria* (*Lección inaugural curso académico 1991-1992*). León: Universidad de León.

—. (1999). "La escritura publicitaria en la Península Ibérica. Siglos X-XIII" en Koch, W. y Steininger, C. (comp.), *Inschrift und Material. Inschrift und Buchschrift: Fachtagung für mittelalterliche und neuzeitliche epigraphik, Ingolstadt 1997*. München, Bayerische Akademie der Wissenschaften, pp. 151-190.

—. (2004). "La catedral de León, centro de producción publicitaria" en Yarza Luaces, J., Herráez Ortega, M. V. y Boto Varela, G. (ed.), *La Catedral de León en la Edad Media. Actas del Congreso Internacional León 7-11 de abril de 2003*. León: Universidad de León.

Gómez-Moreno, M. (1953). *El concepto de Epigrafía. Consideraciones sobre la necesidad de su ampliación. Discursos leídos ante la Real Academia de la Historia por los señores D. Joaquín Mª. de Navascués y de Juan y D. Manuel Gómez-Moreno y Martínez en la recepción pública del primero, el día 18 de enero de 1953*. Madrid: Real Academia de la Historia.

Favreau, R. (1969). "L´Épigraphie médiévale" en *Cahiers de civilisation médiévale*, nº 48, pp. 393-398.

López de Silanes, C. y Sainz Ripa, E. (1985). *Colección Diplomática Calceatense (1125-1397)*. Logroño: Instituto de Estudios Riojanos.

Martín López, M. E. (2012). *Las inscripciones de la catedral de León (s. IX-XX)*. León: Corpus Inscriptionum Hispaniae Mediaevalium.

—. (2013). "Comunicación y memoria: Recursos epigráficos en la Catedral de León" en VV. AA., *Moneda, escritura y poder: comunicación, publicidad y memoria. II Encuentros Científicos de la Cátedra de Epigrafía y Numismática, 6-9 de mayo de 2013,* Madrid: Universidad Complutense.

Martín López, M. E. y García Lobo, V. (2009). "La epigrafía medieval en España. Por una tipología de las inscripciones" en Galende Díaz, J. C. y de Santiago Fernández, J. (dir.), *VIII Jornadas Científicas sobre Documentación de la Hispania altomedieval (siglos VI-IX),* Madrid: Universidad Complutense, pp. 185-214.

Petrucci, A. (2002). *La ciencia de la escritura. Primera lección de paleografía*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Ruíz Trapero, M. *et alii* (2003). *Álbum de láminas de Epigrafía latina antigua y medieval*. Madrid: Castellum.

Sanz Sancho, I. (2013). "La catedral, sede del obispo en la Edad Media" en *Hispania Sacra,* nº 65, pp. 371-381.

Susini, G. y Donati, A. (1986). "La scrittura esposta: I modi della scrittura romana" en Cardona, G. R. (ed.), *Sulle Tracce della scrittura. Oggeti, testi, superfici dai Musei dell'Emilia-Romagna*. Bologna: Grafics.

ÍNDICE ▷

EL TRATAMIENTO DE LA CIUDAD EN LA INDUSTRIA MUSICAL: BJÖRK Y LAS INFLUENCIAS DE SU TIERRA NATAL

Estíbaliz Pérez Asperilla
Universidad Complutense de Madrid

1. Introducción

Fig. 1 – Björk. Fuente: <http://en.wikipedia.org/wiki/Björk>

Björk es una cantante islandesa mundialmente conocida. Con su primer álbum consiguió el premio a la artista en solitario en los Brit Awards de 1993, ha sido varias veces nominada a los Grammy por álbumes como *Vespertine, Medúlla, Volta y Biophilia* además de contar con varias nominaciones como mujer vocalista femenina. Entre otros, ha ganado premios como Performer of The Year y el Polar Music Prize en el 2010 además de ser nominada a los Oscar por su canción *I've Seen It All* compuesta para la película *Dancer in the Dark*.

En la mayoría de los casos, grupos y cantantes utilizan el material visual como apoyo a sus canciones. Sin embargo, Björk no utiliza la imagen como instrumento complementario u opcional, sino que el trabajo visual y sonoro está en equilibrio y retroalimentación constante, ya que uno de los principales objetivos de la artista es comunicarse con el público buscando constantemente nuevas técnicas y soportes para facilitar la transmisión de sus mensajes.

Björk se respalda de un buen número de profesionales –grandes diseñadores, fotógrafos y expertos en sonido, entre otros–, pero en la mayoría de los casos, es ella quien les explica sus ideas e intenciones para que éstos las lleven posteriormente a cabo. Bien es verdad que a veces son los grandes profesionales los que le aconsejan a la hora de elegir una u otra representación o incluso, acude a poetas como Sjón para que le ayuden en las letras de las canciones. Aún así, ella es la principal ideadora de todo su trabajo:

> I do it all myself. From the moment I think of the song to its going through the studio. I see it through right to the end. I'll mix it and watch the whole process. I hate to feel I haven't done something myself[1] (Björk en The Daily Telegraph, 23 de febrero de 2002 <http://www.old.bjork.com/facts/about/>).

El estilo de cada foto, videoclip, vestuario o cualquier tipo de diseño gráfico viene muy marcado por el artista al que acude. Sin embargo, no hay que olvidar que es ella quien decide contactar con ellos al ver sus trabajos con anterioridad explicándoles seguidamente qué es lo que quiere y acompañándolos en la mayoría del proceso –ya sea en la elaboración de un vídeo, melodía u otro material–.

Considera que sus propias emociones son la estructura principal de la que parte su trabajo y que para poder entender todo lo que quiere expresar, el público tiene que disfrutar no sólo de su música, sino también de sus imágenes.

[1] "Lo hago todo yo misma. Desde el momento que pienso en la canción hasta que sale del estudio. La veo hasta el final. La mezclo y observo todo el proceso. Odio sentir que no he hecho algo por mí misma."

> The reason I do photographs is to help people understand my music, so it's very important that I am the same, emotionally, in the photographs as in the music.
>
> Most people's eyes are much better developed than their ears. If they see a certain emotion in the photograph, then they'll understand the music. So instead of having to listen to my album ten times, they'll get it the first time[2] (Björk en Index magazine, junio/julio de 2001 <http://www.old.bjork.com/facts/about/>).

2. Álbumes, personajes e influencias

La carátula de cada uno de sus álbumes corresponde a un personaje concreto que está totalmente relacionado con la situación, estado de ánimo o fase por la que la cantante está pasando en ese mismo periodo en el que se realiza el disco.

2.1. *Debut*, la *new comer* y Manhatan

Así, la carátula de *Debut* muestra una chica tímida, quizás triste –descrita por Björk como una *new comer* (recién llegada)–. Fue el primer disco que realizó en solitario –sin tener en cuenta el álbum *Björk* compuesto por versiones de otros artistas–, de ahí esa representación como una chica nueva, tímida y educada, ya que –tal como ella afirma– así es como se sentía en ese momento (*Inside Björk*, 2003: minutos 17:14-17:48).

Además de la protagonista que aparece en las carátulas, en cada una de sus canciones hay también otros pequeños personajes que no tienen por qué estar del todo relacionados con el de la portada. Por ello, a pesar de representar en *Debut* a esa chica que a simple vista parece delicada, en canciones como *Big Time Sensuality*[3] da vida a una mujer cargada de fuerza, emoción y exaltación bailando encima del tráiler de un camión que recorre las calles de Manhatan. En esa época acababa de salir de Islandia rumbo a la gran ciudad donde se le abría un abanico de nuevas experiencias y sensaciones por descubrir. En las escenas del videoclip se puede observar cómo el propio escenario es junto a la cantante uno de los grandes protagonistas envolviendo los movimientos de ésta última y a su vez, cómo es la propia artista la que comparte su exaltación con cada una de las fachadas de la metrópoli. La novedad, la oportunidad de crecer como artista, el comenzar con un disco que lo sentía como propio y el zambullirse en la música a nivel internacional iba ligado con ese ansia por descubrir y empaparse de nuevos estilos y experiencias además de numerosas relaciones con profesionales de su entorno que compartían escenario con ella más allá de aquellos paisajes islandeses a los que estaba acostumbrada.

2.2. *Post*, *Isobel* y las ciudades industriales

Sin embargo, la exaltación y el brillo que Björk desprendía a través de esa *new comer* fue apagándose con su álbum *Post* encarnado por una chica con ojos rasgados que estaba pasando un tiempo en la ciudad sintiendo como ésta le agotaba e incluso siendo ella misma –Björk– la que consumía a la propia urbe (*Inside Björk*, 2003: minutos 17:54-18:10). Las canciones pertenecientes al álbum las escribió en la temporada correspondiente a su traslado de Islandia a Inglaterra. Considera que dicho álbum no es tan introvertido como *Debut*, sino más consciente y confidencial encarnado por una chica que deja su hogar y prueba toda una serie de cosas nuevas además de conocer otras ciudades y todo tipo de personas que en algún momento denomina como "lunáticos": "It's a brave album but at he same time it's a bit scaring"[4] (Björk en ZTV, 1995 <http://unit.bjork.com/specials/albums/post>).

Isobel[5] –uno de los temas de *Post*– narra la historia de una mujer que nació rodeada de la naturaleza, pero que cuando creció se vio inmersa en una gran ciudad totalmente civilizada. Por ello, decide volver al bosque donde entierra un pequeño corazón al que llama Isobel –que proviene de la palabra *isolation* ('aislamiento' en castellano)–. Cuando crecen de la tierra pequeños aviones, Isobel los entrena para que recorran el mundo y lleven su mensaje de vuelta al instinto. Este personaje se presenta como una fuerza de la naturaleza que quiere transmitir una llamada de alerta que rompa con tanta racionalidad para conseguir el despertar de la civilización. Reconoce además que Isobel es en realidad una parte de ella misma (*Inside Björk,* 2003: minutos 21:39-21:54) y si se tienen en cuenta algunas de sus entrevistas, se puede comprobar la estrecha relación existente entre ambas, ya que explica cómo desde pequeña creció rodeada de la naturaleza siendo ésta su máxima inspiración[6].

[2] "La razón por la que hago fotografías es para ayudar a la gente a entender mi música, por lo que es muy importante que yo sea la misma emocionalmente, tanto en las fotografías como en la música.
Los ojos de la mayoría de la gente están mejor desarrollados que sus oídos. Si ven alguna emoción en la fotografía entenderán la música. Así que, en lugar de tener que escuchar mi álbum diez veces, lo cogerán a la primera."

[3] Link para la visualización del videoclip *Big Time Sensuality*, dirigido por Stéphane Sednaoui, 1993: http://www.youtube.com/watch?v=-wYmq2Vz5yM

[4] "Es un álbum valiente, pero a la vez asusta un poco."

[5] Link del videoclip *Isobel*, dirigido por Michel Gondry, 1995: http://www.youtube.com/watch?v=AGjGh74n_9U

[6] "Crecer en Islandia supone formar parte de una comunidad muy cercana. Todos confiamos y amamos a los demás, y es un ambiente maravilloso para la creatividad. Recuerdo, cuando era niña, ir sola al bosque para vivir durante días cazando y sobreviviendo. (…) Y ese tipo de confianza significaba que podrías expresarte

Fig. 2 – Concierto en la Cidade da Cultura, Santiago de Compostela, 22 de junio de 2012. Fuente: E. Pérez

> Growing up in Iceland, the community was very, very close. We all trust and love each other, and that is a wonderful environment for creativity. I remember, as a child, going up alone into the woods to live for days, hunting and surviving. (…) And that kind of trust meant that you could also express yourself in whatever way you wanted, and you didn't feel embarrassed. (…) I always take risks. It's the only way to make art that's truly inspired. And inspiring (Björk en WOW! 31 de agosto de 2001 <http://www.old.bjork.com/facts/ about/>).

Nos encontramos con una dualidad constante a través de la propia Isobel apareciendo en el videoclip como si de una diosa doble se tratase y mediante el enfrentamiento continuo entre naturaleza –relacionada con escenas armoniosas– y ciudad –presentando imágenes impregnadas de cierta angustia e inquietud–.

Este sentimiento de rechazo hacia las grandes urbes y la nostalgia por su país de origen junto a los paisajes naturales, vuelve a estar presente a través de videoclips como *Army of me*[7] donde se opta por la representación de una ciudad más industrial, más lúgubre y mecánica totalmente acorde con los sonidos industriales introducidos en la melodía. Zona industrial en la que de repente se localiza un museo cuyo interior destaca frente a las calles más grisáceas de la zona al entrañar en su interior obras de arte llenas de color. La alusión a sus orígenes y/o raíces vuelve a estar presente en las últimas escenas del videoclip donde tras una explosión que ella misma provoca, las letras de la fachada que componen la palabra *Museum* caen a excepción de las letras M-u-m que conforman la palabra mamá en inglés.

2.3. *Homogenic*, la guerrera y el conflicto naturaleza vs. ciudad

El tercer álbum en solitario que salió al mercado fue *Homogenic*, cuya carátula muestra una mujer híbrido donde se pueden visualizar diferentes elementos que en su conjunto parecen no encajar muy bien, transmitiendo así cierta inquietud e incertidumbre al espectador. Para Björk este personaje representa a una mujer que se encuentra en una situación imposible y con mucha presión, considerándola además como una guerrera que lucha sin armas, sólo con amor –en ese momento trabajaba en exceso durante aproximadamente 16 horas al día sintiendo que llegaría un momento en el que no podría dar más– (*Inside Björk*, 2003: minutos 25:28-26:15). Según ella, el aparecer con esos anillos en el cuello, las lentillas, la enorme cabeza, las largas uñas de los dedos de sus manos y el llevar esa incómoda vestimenta reflejaban a la perfección la situación por la que estaba pasando donde a pesar de no poder a penas moverse, tenía que ser capaz de mandar todo su amor al mundo mirando únicamente a la cámara (*Inside Björk*, 2003: minutos 27:17-27:37).

Uno de los aspectos que Björk destaca en este álbum es el sentimiento de pertenencia. Sabía que tanto ella como su música eran internacionales, pero llegaba un punto en el que no sabía en realidad de dónde era, de dónde venía y cuáles eran sus raíces (*Inside Björk*, 2003: minutos 27:50-28:24). De ahí el introducir en algunas de sus canciones como por ejemplo en *Jóga*[8], sonidos que simulasen las erupciones de los volcanes típicos de su país mostrando incluso imágenes donde se muestran paisajes propios de su lugar de nacimiento. Este sentimiento de pertenencia es incluso mayor en las últimas escenas del videoclip donde Björk abre su pecho mostrando imágenes muy similares a las que aparecen a lo largo del vídeo transmitiendo cómo Islandia sigue latiendo en su interior.

En *Bachelorette*[9], el personaje al que da vida la cantante encuentra un libro bajo la tierra y la vegetación que escribe un relato a medida que el lector pasa sus páginas –concretamente la historia

también de cualquier manera que se te ocurra, y no te sentías avergonzado. (…) Yo siempre tomo riesgos. Es la única manera de hacer arte que esté inspirado verdaderamente. Y es inspirador."

[7] Link del videoclip *Army of me,* dirigido por Michel Gondry, 1995: http://www.youtube.com/watch?v=6KxtgS2lU94

[8] Link videoclip *Jóga,* dirigido por Michel Gondry, 1997: http://www.youtube.com/watch?v=2BSMcVRgloY

[9] Link videoclip *Bachelorette,* dirigido por Michel Gondry, 1997: http://www.youtube.com/watch?v=cJNOOBOyn20

de la protagonista del vídeo–. Este libro lleva a su descubridora a la gran ciudad llenándola de ilusión y volviendo a personificar de nuevo a esa *new comer* tal como sucedía en el álbum de *Debut*. Tras llevarlo a un editor, consigue venderlo al público con una gran aceptación viéndose sumergida en un éxito arrollador. Sin embargo, a medida que pasa el tiempo los edificios y rascacielos de la metrópoli, los medios de transporte y las personas con las que se cruza van cambiando su aspecto poco a poco presentando una sensación más lúgubre e industrial tal como sucede en *Army of me*. En las escenas finales, se puede observar cómo la vegetación vuelve a llenar todo el escenario acabando con la oscuridad, la industria y el ahogo que la gran ciudad produce en la protagonista y volviendo de nuevo a las escenas iniciales donde es la naturaleza el escenario que envuelve a la artista.

2.4. La trilogía épica de *Debut*, *Post* y *Homogenic*

Björk apunta en una de sus entrevistas que los personajes de *Debut*, *Post* y *Homogenic* representan determinadas etapas de su vida formando así una especie de trilogía épica cercana a las sagas islandesas. Primero con *Human Behaviour* o *Big Time Sensuality* donde aún se consideraba una niña que salía de Islandia hacia un mundo hasta entonces desconocido. Seguidamente con *Isobel* en el que se mostraba abiertamente la entera conexión con la naturaleza y el ansia porque la civilización despertase. Por último, con *Bachelorette* el cual presenta a un personaje que se enfrenta a todos aquéllos que en su día le habían hecho algún daño teniendo como desenlace la victoria de la naturaleza frente a la lógica y la racionalidad de la ciudad.

> I enjoyed being this central character in a story, which was about me, first being a kid in Human Behaviour then leaving and going, when I never thought I would leave Iceland, to the bright lights and being tempted by all the corrupted things.
>
> By being a bit over-excited and coming from nature, in the song Isobel (…).
>
> In Bachelorette, which was maybe the third leap into the epic trilogy (…) Isobel would take the train and go to town and confront the people that had hurt her before, where instinct and logic clashed with love. (…) But in the end nature wins and all the trees and plants grow all over all the skyscrapers, and it all becomes nature again. So I guess it's some form of revenge[10] (David Toop y Björk, 2002 <http://unit.bjork.com/specials/gh/extra/ toop.htm>).

[10] "Disfruté siendo el personaje central en una historia, que iba sobre mí, primero siendo una niña en *Human Behaviour* después dejando y yendo, cuando nunca había pensado que dejaría Islandia, hacia las luces brillantes y siendo tentada por todas las cosas corruptas.
Estando un poco sobre excitada y viniendo de la naturaleza, en la canción *Isobel* (…). En *Bachelorette*, que fue quizás el tercer salto dentro de la trilogía épica (…) Isobel cogería el tren e iría a la ciudad y se enfrentaría a la gente que la había dañado antes, donde el instinto y la lógica chocaba con el amor. (…) Pero al final la naturaleza gana y todos los árboles y plantas crecen por encima de todos los rascacielos, y todo se convierte en naturaleza de nuevo. Por lo que supongo que es alguna forma de venganza."

2.5. *Medúlla* y la vuelta al hogar

Medúlla es un álbum que refleja la fuerza primaria a través de un trabajo vocal que quiere trasladar al oyente a su propio interior tomando conciencia de cada uno de sus músculos y huesos.

Fig. 3 – Björk en el concierto Náttúra, Reykjavík, 2008. Fuente: <http://en.wikipedia.org/wiki/Volta_Tour>

> Quería un álbum vocal y quería que tuviese corazón, sangre y carne. También quería que la mitad inferior del cuerpo se fundiese con la música (…). Quería demostrar que un álbum vocal no tenía por qué ser vegetariano, sino que puede perfectamente ser un filete, un filete crudo sobre la mesa. Creo que hemos conseguido demostrarlo. No es una hamburguesa vegetariana (Björk en *Medúlla special double DVD edition*, 2005: minutos 33:43-34:41 del DVD 2).

Esa vuelta a lo primitivo no sólo se transmite a través de los cantos guturales, los coros o los *beatboxers* que componen los temas del disco, sino también a través de videoclips como el realizado para *Triumph of a heart*[11] donde se vuelve no sólo a lo básico, sino al hogar eligiendo como localizaciones para su realización la casa de la familia de Björk y el bar Sirkus donde se solía reunir con sus amigos optando por algunos de ellos para su introducción como figurantes en el vídeo:

> El vídeo proporciona un soporte visual para esa idea. En la práctica, fue así. La casa es de su familia. La historia se basa en el cuento popular del gato y el trabajador. El local, Sirkus, es un bar al que va Björk con sus amigos. Algunas de las personas que salen en el vídeo son amigos (Ragnheidur Gestsdóttir en *Medúlla special double DVD edition*, 2005: minutos 24:35-25:14).

Incluso se introduce como trama principal un relato islandés que narra la historia del gato que se queda cuidando de la casa mientras que su pareja sale a emborracharse desentendiéndose de toda tarea. Sin embargo, en este caso se han cambiando los roles por completo encontrándonos con un gato masculino en vez de femenino.

[11] Link del videoclip *Triumph of a heart*, dirigido por Spike Jonze, 2005: http://www.youtube.com/watch?v=LoP-YTjN7PA

> El gato, en la mitología islandesa, ha sido uno de los elementos primordiales y fundamentales. (…) tenemos a un gato que se ocupa de la granja. Y el gato está casado con un hombre que no se ocupa de nada. Se dedica a ir a la ciudad a emborracharse. El gato no puede hacerse cargo del funcionamiento de la granja. La hierba empieza a pudrirse. Cuando nacen los corderos, se pudren en el campo. Entonces, el gato se convierte en mujer (Haraldur Jónsson en *Medúlla special double DVD edition*, 2005: minuto 3:12).

2.6. Las huellas de la ciudad

El encontrarse en una ciudad u otra es una influencia clave en su música, ya que reconoce que cuando se encuentra en periodos en los que se siente más extrovertida, todo cuanto le rodea le influye a la hora de componer. Es el caso de *Debut* y *Post*, ya que son álbumes que realizó mientras vivía en Londres y a los que considera muy londinenses. Sin embargo, también apunta que en aquellos periodos en los que se encuentra mucho más introvertida el espacio que le rodea no le influye de la misma manera.

> In my introvert phases I could be in a glamorous hotel or in a log cabin or wherever, but when I am in my extrovert periods, I'm probably more aware of my surroundings. I made Debut and Post when I lived in London, and they're very London albums. Whereas with Vespertine and Medúlla I was living half in Iceland and half in Manhattan, and you can't really hear a lot of Manhattan there because I was quite introvert at the time and it was a bit of a domestic bliss period for me, so I could have done them anywhere[12] (The List –Issue 584–, 23 de agosto de 2007).

A pesar de esos periodos más introvertidos donde la ciudad no influye en su trabajo, a lo largo de los álbumes de la cantante se puede comprobar cómo mayoritariamente esa lucha interna que tiene entre naturaleza y ciudad está del todo presente en muchos de sus personajes y temas.

Su país de origen inunda varios de sus videoclips, fotografías e incluso los escenarios de sus conciertos presentando proyecciones donde los paisajes nórdicos son los grandes protagonistas. Por el contrario, la ciudad y su aspecto más lúgubre e industrial realiza su aparición ligado a un mensaje de protesta y asimismo de despertar apostando por la vuelta al instinto y la reconexión con la naturaleza.

[12] "En mis fases más introvertidas podría estar en un hotel glamuroso o en una cabaña de madera o donde sea, pero cuando estoy en periodos extrovertidos, probablemente soy más consciente de todo cuanto me rodea. *Debut* y *Post* los llevé a cabo cuando vivía en Londres, y son álbumes muy londinenses. Sin embargo, mientras realizaba *Vespertine* y *Medúlla* estuve viviendo la mitad del tiempo en Islandia y la otra mitad en Manhattan, pero realmente no puedes oír mucho de Manhattan en esos álbumes porque en aquel tiempo era bastante introvertida y para mí fue un periodo un poco de felicidad doméstica, por lo tanto esos álbumes los podría haber realizado en cualquier parte."

3. Bibliografía

Björk (1993). *Debut* [CD-ROM], EE. UU: One Little Indian.

—. (1995). *Post* [CD-ROM], EE. UU: One Little Indian.

—. (1996). *Telegram* [CD-ROM], EE. UU: One Little Indian.

—. (1997). *Homogenic* [CD-ROM], EE. UU: One Little Indian.

—. (2001). *Vespertine* [CD-ROM], EE. UU: One Little Indian.

—. (2002). *Greatest Hits* [DVD], EE.UU: One Little Indian.

—. (2002). *Vespertine: Live at Royal Opera House* [DVD], EE. UU: One Little Indian.

—. (2003). *Later* [CD-ROM], EE. UU: One Little Indian.

—. (2003). *Inside Björk* [DVD], EE. UU: One Little Indian.

—. (2004). *Medúlla* [CD-ROM], EE.UU: One Little Indian.

—. (2005). *Medúlla special double DVD edition* [DVD], EE. UU: One Little Indian.

Pérez Asperilla, E. (2013). *Björk: la revolución de la Diosa*. Tesis. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

—. (2010). "La imagen en el ámbito musical. El fenómeno Björk" en *Creatividad y sociedad*. Creatividad, arte y mujer, nº 15. Consultado el 5 de marzo de 2014 en http://www.creatividadysociedad.com/articulos/15/creatividadysociedad_la%20imagen_en_el_ambito_musical.pdf

4. Páginas Web

Bjork.com. Consultado el 6 de marzo de 2013 en http://www.bjork.com/

Bjorkish.net. Consultado el 5 de febrero de 2010 en http://www.bjorkish.net/

Old.bjork.com. Consultado el 29 de enero de 2010 en http://www.old.bjork.com/

LAS CIUDADES COMO ESCAPARATE DE REIVINDICACIONES SOCIALES REFLEXIONES A PARTIR DEL TESTIMONIO DE LOS *STREET ARTISTS*

Ana María Rivas Machota
Ana Gómez de Castro
Universidad Camilo José Cela

1. Aproximación histórica al Grafiti: origen y desarrollo

Para poder aproximarnos al estudio de las ciudades como espacios que posibilitan la reivindicación social de la ciudadanía activa a través de manifestaciones artísticas es necesario, en primer lugar, revisar cuál ha sido el origen del grafiti y su evolución hasta la actualidad. En este sentido, se puede situar el origen del grafiti en la técnica del estarcido[1], utilizada ya en la prehistoria como forma de comunicación y expresión artística. El uso de esta primitiva técnica se adoptó también por sociedades como la griega y la romana, las cuales continuaron con su uso aplicada, en este caso, a sus obras arquitectónicas o de orfebrería aunque también utilizada como medio de difusión a través de los cuales lanzar mensajes electorales para que fueran leídos por los ciudadanos.

Del origen expuesto podemos pasar a la década de los años 30, momento en el que hicieron explosión movimientos artísticos como el *Art Nouveau* y *Deco*, a través de los cuales se introdujo la técnica conocida como *pochoil,* la cual es considerada como la evolución del estarcido. Sin embargo, podemos situar el uso de técnicas antecesoras al grafiti como forma de reivindicación social durante la Segunda Guerra Mundial, momento en el que se inició el uso de técnicas como el de las plantillas, a través de las cuales se exponían eslóganes como forma de resistencia por parte de los estudiantes en contra de Hitler. Una de las características más relevantes, y que todavía perduran en la actualidad, es la búsqueda del impacto y conseguir ser vistos por el máximo número de personas y persuadirlas. Prueba de ello "(…) fue la Rosa Blanca, un grupo de estudiantes alemanes que a partir de 1942 manifestó su rechazo a Hitler y a su régimen a través de panfletos y pintadas, hasta que sus miembros fueron detenidos en 1943" (Ganz, 2005: 33). Este grupo empleaba las zonas más transitadas con la intención de captar la mayor atención posible de todos aquellos que apoyaran el movimiento y, así, conseguir una mayor repercusión.

De las ideas antes expuestas podemos plantear que ya en el origen de las primeras manifestaciones del grafiti se daba la paradoja de entenderlo como una forma artística al mismo tiempo que como un medio de expresión realizado desde el anonimato y, en la mayoría de las ocasiones, como forma de lucha contra el poder establecido. Sin embargo, debemos destacar que fue a partir de las vanguardias surrealista y dadaísta cuando este tipo de representaciones artísticas comienzan a tener un papel más importante. De hecho, estas vanguardias son las primeras en tomar los espacios públicos como protagonistas, donde los sujetos creaban *performances*, convirtiéndolos en herramientas de comunicación que se caracterizaban por los mensajes provocadores que lanzaban en contra de la concepción que se tenía del arte hasta el momento. Asimismo, se caracterizan porque provenían de un pensamiento libre tendiente a descubrir nuevas fórmulas provocadoras con las que "llamar la atención" y con el fin de transgredir las normas sociales establecidas. De esta forma, podemos comenzar a describir el grafiti, en sus orígenes, como forma de expresión relegada a la búsqueda de espacios en los que poder realizarse y ser observada fuera de lo institucionalizado.

[1] Técnica artística también denominada *stencil,* donde a través de una plantilla de un dibujo y forma recortada es utilizada para aplicar pintura sobre ella y que plasme la figura de la misma sobre una superficie.

Es importante destacar la importancia del espacio público como lugar de encuentro, donde el arte se manifiesta de forma más conceptual. Los públicos encuentran las obras paseando por las ciudades, creando una simbiosis entre la obra y el mundanal ruido de las calles que le invita a perderse entre ellas, donde imágenes, símbolos y letras protagonizan una estampa junto a colores, mensajes sociales y expresiones artísticas entre otros que viene a denominarse *arte urbano*.

Así, Juan B. Peiró en la presentación del libro *Pioneros del graffiti en España* (2009) añadió: "desde las primera pinturas rupestres el espacio del arte ha sido el espacio público, el espacio vivido en sociedad" (Peiró, 2009: 6). De esta manera se afirma la importancia del lugar público como soporte para la expresión, como medio de comunicación para la transmisión de mensajes relacionados con la crítica social y que, además, se caracterizan por ser de libre acceso, sin la intervención de instituciones públicas o entidades mercantiles.

De esta manera nace una nueva forma artística denominada *graffiti*[2], forma de expresión que se caracteriza por la realización de "pintadas" en las paredes de la ciudad de forma anónima dentro de un contexto transgresor. Fue en Estados Unidos, alrededor de 1970, en ciudades como Nueva York y Filadelfia, influenciados por la contracultura de la música hip hop donde comenzaron a escribir en las paredes. Este es el caso de artistas conocidos por apodos[3] como *Taki 183* o *Cat 16*, quienes comenzaron a pintar sus nombres en las paredes y estaciones de metro de Manhattan. Taki 183, un repartidor de mensajería, el cual realizaba una firma en cada uno de los lugares donde dejaba un paquete. Muchos jóvenes comenzaron a imitarlo, en un intento de llegar cada vez a sitios más inaccesibles a la par que visibles con el objetivo de ganar fama. La mayoría de los artistas provenían de barrios muy degradados, conocido como guetos, como por ejemplo *Harlem*, *Bronx* y *Brooklyn* que trataban de revindicar la crítica situación social que vivían en sus barrios[4]. De hecho, es, precisamente, en los barrios donde los artísticas callejeros que se han entrevistado en esta investigación comenzaron a pintar, influenciados, en todos los casos, por su grupo de amigos y por las *pintadas* que podían observar en sus barrios y ciudades, prueba de ello es, por ejemplo, la afirmación que realiza *Jedi* (33 años y de Miranda de Ebro) cuando expone: "Empecé a pintar graffiti en el 98 gracias a un amigo que apareció por el parque con unos botes y preguntó '¿a quién le apetece pintar un muro?'".

El breve recorrido esbozado hasta ahora permite plantear como el movimiento del grafiti, desde lo artístico pero también desde lo reivindicativo, se extendió desde el movimiento norteamericano hacía otras culturas, surgiendo asimismo, una gran variedad de estilos tipográficos y de piezas artísticas. Sumándose muchos a esta vanguardia artística relacionada con el movimiento *hip hop* de la época y con un contenido y sentido eminentemente crítico-social. A partir de esta explosión empezaron a competir entre los propios artistas y firmantes con el objetivo de convertirse en la firma que más se veía, ya fuera por su tamaño, forma o lugar. De esta forma podemos señalar además que surge una de las principales dicotomías entre arte o vandalismo que fue y es considerado hoy día esta expresión artística. El *graffiti* en el caso de Europa llegó en la década de los ochenta junto con el movimiento *hip hop*, *breakdance* y el *rap*, donde se realizaban obras como forma de reivindicación y homenaje en diferentes situaciones sociales, tales como asesinatos, muertes por enfermedades como el VIH, entre otros.

Paralelo al *graffiti* surgió otro movimiento denominado *postgraffiti*, el cual y siguiendo a Bou (2005) trata de aquello que globaliza todas las incursiones artísticas realizadas en el paisaje urbano y es un derivado directo del *graffiti*. Su principal intención seguía siendo la transgresión y ser anti-sistema aunque ya comenzamos a encontrar cierta aceptación por parte de la ciudanía en general. Era considerada como un "renacimiento" un impulso de creatividad llena de nuevos talentos repartidos por todo el mundo con ganas de inundar las calles de protesta social.

Dicho de otro modo, se da una importante evolución a partir de lo que se ha denominado *Post-Graffiti*[5], que introdujo nuevas formas, técnicas y estilos. La gran proliferación de estas obras hizo que muchos artistas comenzasen a buscar nuevas formas de captar la atención de todos aquellos transeúntes que paseaban por las calles de todo el mundo, por lo que muchos de ellos dejaron de utilizar como herramienta exclusiva el spray y comienzan a utilizar otros materiales como plantillas, acuarelas, pegatinas, fotocopias, mosaicos, por citar algunos ejemplos.

[2] Proviene del término italiano "sgraffiti" que significa dibujo o garabato sobre pared (o superficie plana) y del griego "graphein" que significa escribir.

[3] Al inicio los artistas utilizaban sus propios nombres o apodos para firmar las obras realizadas pero poco después comenzaron hacerlo con seudónimos o lo que en el mundo de los artistas de grafiti se denomina *tag* que es el nombre falso que les va a representar.

[4] No debemos olvidar que *Harlem*, por ejemplo, está situado al lado del barrio de *Broadway*, donde se encontraban gran parte de los teatros y musicales que gente con posibilidades económicas disfrutaba. Esta antítesis de barrios tan cercana hizo a estos artistas reclamar una situación mejor para los guetos en contra del glamour que se vivía al lado.

[5] Otra de las formas de denominar al *Street Art*.

De esta forma las calles de las grandes ciudades comienzan a convertirse en escaparates urbanos de arte creando un gran impacto sociocultural que permite una mayor aceptación global de esta forma artística. Como indica *Eseon*[6], artista perteneciente al colectivo Alto Contraste de Salamanca, el *graffiti* empezó para él como un *hobby*, sin embargo ahora, con 34 años lo define como algo más, aquello que le devuelve a la adolescencia permitiéndole evadirse y proyectando todo aquello que en la sociedad le parece injusto a modo de catarsis y reivindicación.

Bou (2005) añade que el escritor[7] crea su obra "en función del soporte y la circunstancia, así como sus accidentes". O dicho de otro modo influenciado por los lugares en los que puede realizar su obra, la situación en la que tiene que realizarla, es decir, si se encuentra en espacios permitidos o ilegales, si se trata de espacios facilitados por la administración pública o entidades privadas y, por supuesto, su contexto social, económico y cultural. A partir de esta idea podemos justificar el hecho de que, en la actualidad, podamos encontrar una gran diversidad de obras no solo en lo que se refiere al sentido por el que se pinta, sino también por los dispares soportes que son utilizados para la representación del *Street art* tales como papel, cartón, pared, marquesinas, etcétera. Sin embargo, muchos artistas consideran que escribir fuera de la pared pierde su esencia original alejándose de lo *underground* y consecuentemente del *Street Art* y aproximándose al arte más institucionalizado y es, precisamente, esta idea la que vehicula una de las principales transformaciones que ha sufrido el grafiti, ya que desde que tanto las políticas públicas urbanísticas, como los gestores culturales han aceptado el grafiti como arte, parece que se da cierta paradoja entre el grafiti como forma de reivindicación y como producto con el que comercializar, incluso llegando a darse esta dicotomía no solo en la pieza, sino también entre los propios artistas, los cuales se autodefinen o, bien como graffiteros vinculados a la concienciación social o aquellos que se entienden como artistas. Así lo expresa Adah (de 32 años y procedente de El Escorial) cuando afirma: "Se ha dividido en varias vertientes: por un lado están los graffiteros/as que defienden la idea de "graffiti por molestar/vandalismo/odio hacia el mundo/ilegal"; otros grafiteros/as que defienden la vertiente más artística, y otros muchos lo utilizan como simple protesta social alejada del arte pero también del vandalismo (lo hacen para crear conciencia social y con la idea de estar haciendo un bien a la sociedad, aunque el acto en sí de pintar sea ilegal)".

[6] Tag utilizado por artista.

[7] Término que adopta un artista convencional de *graffiti*.

No podemos obviar que la característica principal del *Street art* o *postgraffiti* es que se trata de arte público, en el sentido de que se puede observar la obra en lugares públicos de cualquier ciudad del mundo, especialmente en aquellos espacios donde el tránsito de personas es frecuente y masivo. Sin embargo, Berti (2009) nos advierte que la producción del arte público se articula a través de los administradores del arte y los funcionarios municipales o de gobierno, que son quienes programan los criterios adecuados para ubicarlos, es decir, seleccionar qué es arte y qué no lo es y decidir en qué espacios y contextos se pueden desarrollar grafitis u otras manifestaciones artísticas. De esta idea se desprende que, a pesar del origen del grafiti como forma de expresión alejada de lo institucional y que se apropia de espacios para expresarlo, en ocasiones la intervención de los gestores deja de lado esta esencia para pasar a programar en función de criterios que no tienen en cuenta la función que realmente debe llevar a cabo las producciones artísticas. Es, por ello que este tipo de arte surge, en la mayoría de los casos, como una manifestación directamente relacionada con movimientos sociales, una filosofía de vida, ideologías políticas entre otros.

En el siglo XIV la pared fue el soporte por antonomasia para la producción artística, sin embargo ahora se ha reservado su utilidad asociado a lo mercantil y suponiendo su uso, por otros motivos, como un delito o amenaza. Dicho de otro modo, los espacios públicos de las ciudades se comercializan como soportes publicitarios, principalmente, a través de la publicidad exterior y otras fórmulas como por ejemplo, la organización de eventos al servicio de empresas, así como espacios de creación promovidos por marcas comerciales, aceptando la idea de ciudad como soporte publicitario pero rechazando la creación de obras artísticas cuando nacen de la inquietud de la ciudadanía y no como producto programable y vendible en los circuitos artísticos. En este sentido estamos totalmente de acuerdo con la afirmación que realiza Jorge Poveda García (2006) cuando expone: "La máquina policial puesta en marcha contra algunos colectivos urbanos está certeramente contestada en los lenguajes sarcásticos, ácratas de pura cepa, que inundan las paredes libres de tantas ciudades muertas de desgana, dobladas por una alquimia icónica que engaña con torcidos anuncios publicitarios en vez de construir una trama urbana donde la gente y los sitios se lleven bien y no como enemigos" (Poveda, 2006: 13). Este sentido de ilegalidad ha estado ligado al sentimiento de los artistas que pretendían que su obra fuera vista por el mayor número de personas posibles. Así muchos de ellos comenzaron a pintar en los trenes o metros que se dirigían de un lado a otro mostrando las piezas a un gran número de transeúntes. De esta forma se

convertía el *Street Art* en una auténtica batalla entre los artistas intentando mostrar siempre quién era el más visible y quién escribía los lemas antisociales más vándalos, buscando una doble apropiación, en primer lugar del espacio vetado a los ciudadanos para ser vendido a la industria publicitaria y, en segundo lugar, usurpando el espacio ya ocupado por otros pintores. De alguna forma, este proceso ha llevado en ocasiones a relacionar el grafiti con el vandalismo, sin embargo en la actualidad y como veremos más adelante se rechaza por la mayor parte de los *grafiteros*, tratando de realizar pintadas con un sentido de denuncia y no solo de visibilidad individual como artista.

Estas ideas están relacionadas con la dicotomía de la que hemos hablado anteriormente sobre el sentido popular de esta forma artística. Nos referimos a que en su origen el grafiti se asoció a lo ilegal, al suburbio mientras que en la actualidad es normal convertirlo en producto vendible e incluso en reclamo turístico. Véase como ejemplo las obras de Bansky, las cuales se ha comenzado a proteger cubriéndolas con paneles de metacrilato para que no sean robadas con el fin de subastar la tan revalorizada obra. De hecho, en esta dicotomía es donde radica el principal interés de este estudio, tratando a través del testimonio de los creadores de vislumbrar cómo el grafiti ha perdido su esencia inicial dando paso a la vertiente más artística y mercantilista, en detrimento de la conceptual y política.

2. El testimonio como opción metodológica: la mirada de los *Street Artists*

Como se ha anticipado en la introducción, el objetivo principal de esta comunicación es contar con las vivencias de los artista para tratar de esbozar el cambio que ha sufrido el grafiti sobre todo cuestionándonos si ha perdido su originaria razón de ser, es decir, la apropiación del espacio urbano para la lucha social, si es que este fue el origen, así como tratar de comprender en qué medida la ciudad ha aceptado estas manifestaciones artísticas en el momento en que de algún modo han pasado a ser productos culturales con los que comercializar, poniendo un especial énfasis en el grafiti como forma híbrida en la que se mezcla arte y denuncia.

Para desarrollar nuestro trabajo de campo nos hemos valido de la entrevista semiestructurada, es decir, aquella que busca respuestas abiertas, pero sobre cuestiones cerradas, ya que, "los escenarios o las personas no son siempre accesibles en sus contextos naturales a través de la observación participante, por lo que el recurso a la entrevista (…) permite la reconstrucción de acontecimientos del pasado a los que de otro modo no se podría acceder" (Sierra, 1998: 308). De esta forma, a través del siguiente guion hemos tratado de conocer las impresiones de los *graffiteros* sobre el tema que nos ocupa:

a) ¿Cómo se inició en el Street Art y en el mundo del Grafiti?
b) A día de hoy, ¿sigue pintando? En caso afirmativo, ¿con la misma intención que con la que comenzó?
c) ¿Cree que en la actualidad ha perdido fuerza la idea de Grafiti como forma de expresión callejera asociada a la ilegalidad y la protesta social?
d) ¿Dónde ha realizado y por qué la mayoría de su obra?
e) ¿Cree que las políticas urbanísticas son ahora más flexibles con los pintores de Grafitis?
f) ¿Cómo definiría el grafiti en la actualidad?

Como se puede observar en el guion expuesto se ha tratado de conocer cuáles fueron los principales motivos por lo que los artistas entrevistados se iniciaron en el mundo del grafiti para pasar a conocer cuál es su relación actual con el mismo y cómo han vivido los cambios que ha sufrido este tipo de arte.

Las entrevistas se han realizado a un total de 20 *graffiteros* como paso previo para un estudio más amplío sobre el tema que nos ocupa. El espacio escogido en esta ocasión para realizar las entrevista fue en el evento *Wall of Clash* promovido por la marca Converse para el lanzamiento de su nueva gama de zapatillas. La elección de este evento no ha sido al azar puesto que se ha buscado un espacio en el que se contara con *Street Artists* que crearan su obra con fines publicitarios. Paradójicamente, además, el evento tuvo lugar en el Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid el 20 de marzo de 2014. De tal forma que para los fines de nuestra comunicación se convierte en un evento que permite ejemplificar cómo se entiende actualmente el grafiti, es decir, como arte aceptado pero también relacionado con lo vendible o como fórmula para vender.

A la hora de analizar las entrevistas realizadas se ha tenido en cuenta que contar con el testimonio de los *Street artists* precisa tener en cuenta que esta técnica de investigación se basa en la memoria, y en consecuencia, se enfrenta a un doble filtro: el del propio recuerdo del sujeto entrevistado y el de su forma de contarlo (Alted Vigili, 1986 y 1996). Por ello, se han tratado las entrevistas desde este punto de vista.

Las principales ideas a las que hemos llegado a partir de las entrevistas realizadas han sido:

a) Todos los entrevistados se introdujeron en el ámbito del grafiti en la década de los 90 por dos motivaciones principalmente: sus amigos o por los muros de sus ciudades repletos de obras.

b) En algunos casos han dejado ya de pintar, en otros no, aunque afirman ser menos activos y con intención distinta, de tal forma que han dejado de "bombardear" las paredes de firmas para pasar ahora a realizar obras con una intención más artística, rechazando el lado vandálico del grafiti. El motivo principal que argumentan para este cambio es por cuestiones personales y no tanto por cuestiones del contexto social y cultural en el que viven. Sin embargo, todos los entrevistados continúan de algún modo ligados al mundo del *Street Art*.

c) De las entrevistas realizadas se desprende que el *graffiti* nunca dejará del todo esa esencia de protesta social, mientras que el *Street art* se entiende en la medida que está relacionado con una moda, que en la actualidad está en auge, pero que posiblemente no perdurará. En este sentido, *graffiteros* no quieren ser considerados como *Street artists* y viceversa.

d) En todos los casos la ciudad es donde más se ha practicado y es, además, en los espacios urbanos donde residen donde realizan su obra. También se concluye que, en la mayoría de los casos, en un principio pintaban en lugares escondidos para evitar problemas con la ley. Sin embargo, en la actualidad tienen muchísimas más oportunidades de realizar sus obras sin trabas legales, como por ejemplo exhibiciones, concursos, empresas privadas, fachadas cedidas por instituciones públicas, entre otros.

e) En la mayoría de los casos coinciden que hay una mayor flexibilidad por parte de las políticas públicas pero se entiende que el motivo es mercantilista, es decir, se ha aceptado en la medida que se ha visto como producto comercializable. Cuestión que critican, sobre todo en lo que se refiere a la aparición de un industria ligada al *Street Art*, el grafiti y el movimiento hip hop, con la única pretensión de obtener beneficios económicos sin tener en cuenta todas las particularidades de esta forma de manifestación artística. Prueba de ello es la afirmación que realiza Slop de Coria cuando expone: "Hay miles de personas no involucradas al *graffiti* que hacen *Street art* pero cada vez menos ilegal ya que está bien visto por la sociedad. En Londres si Banksy te pinta en tu fachada al día siguiente tienes un rio de gente y periodistas documentando la obra".

   Asimismo, se comparte la opinión de la existencia de incongruencias en las normativas urbanas, ya que mientras contratan artistas para hacer obras donde la industria y las políticas urbanísticas desean, endurecen las multas para esos mismos artistas que hacen obras sin objetivos mercantilistas y de forma libre. Así, Demeseone Los Meneo de Madrid afirma: "Las políticas urbanísticas han aprovechado muy bien el filón del Graffiti. Por un lado, contratan a artistas urbanos para quedar bien, y, por otro lado, endurecen cada vez más las leyes, para sacarles la pasta a estos mismos artistas. La banca siempre gana".

f) En cuanto a la concepción actual de este arte se aprecia una importante diferenciación entre el término *Street Art* y grafiti. De tal forma que el primero aparece relacionado con lo aceptado social, económica y legalmente, mientras que el segundo continúa entendiéndose como una forma de expresión que ha evolucionado en distintas ramas pero sigue estando relacionada con lo ilegal y la protesta social. De hecho, uno de los entrevistados que no ha querido identificarse y que se dedica a proyectos audiovisuales en Madrid afirma: "No, creo que cualquier forma de expresión del tipo que sea hoy en día esté mucho menos perseguida y penalizada, solo hay hueco para lo que forma parte del mercado y las modas, sea bueno o malo".

3. A modo de conclusión final

Desde la aparición del grafiti y Street art como movimientos artísticos, su evolución ha ido en paralelo al desarrollo de las ciudades, creándose diferentes vertientes, algunas de ellas no solo aceptadas socialmente, sino también promovidas por los propios organismos públicos. De esta forma, se intuye el importante cambio que han sufrido las mismas desde su inicio como formas de expresión crítica al sistema hasta la actualidad como "obras de arte" que decoran las ciudades.

Así, hemos podido observar como los protagonistas del grafiti también han ido evolucionando en la manera de entender su propio arte, pasando a rechazar toda forma de vandalismo al mismo tiempo que toda forma de arte vendible, tratando de seguir identificándose con el grafiti con el mismo sentido con el que nació, es decir, como una forma de expresar sus denuncias utilizando para ello las paredes de sus ciudades y barrios que les son propios.

4. Bibliografía

Alted-Vigil, A. (1986). "La interpretación histórica de las fuentes orales" en Egido, A. M.; Alted, A. y Sepúlveda I., *La historia contemporánea en la práctica (Textos orales y escritos, mapas, gráficos e imágenes comentados)*. Madrid: Ramón Areces, pp. 45-50.

Berti, G. (2009). *Pioneros del Graffiti en España*. Valencia: Ed. de la UPV.

Bou, L. (2006). *Street art. Graffiti, stencils, stickers, logos.* San Adrià de Besò: Monsa.

De Diego, J. (2002). *Graffiti. La Palabra y la imagen*. Barcelona: Los libros de la frontera.

Ganz, Nicholas (2005). *GRAFFITI. Arte urbano de los cinco continentes*. Barcelona: Gustavo Pili.

Peiró, J. (2009). *Pioneros del graffiti en España*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

Poveda, J. (2006). *Pintadas 80-90-00.* Valencia: Ed. de la UPV.

Sierra, F. (1998). "Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social" en Galindo Cáceres, J. (coord.), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.* México, Pearson, pp. 277-345.

ÍNDICE ▷

LA CIUDAD TAMBIÉN ESTÁ EN EL INTERIOR DE LA CASA (ENSAYO SOBRE "SANTIAGO"; SERIE DE FOTOGRAFÍAS DE INTERIORES DOMÉSTICOS REALIZADA POR ELISA SIGHICELLI EN 2000)

Mafalda Riveiro Gozálvez
Universidad Politécnica de Madrid

En el año 2000 Elisa Sighicelli, artista italiana afincada en Londres, recibió el encargo del Centro Gallego de Arte Contemporáneo de fotografiar la ciudad de Santiago de Compostela.

La serie "Santiago" está compuesta por veinticuatro fotografías en la que la artista nos presenta su visión personal de la ciudad. Para ello en diecisiete de ellas eligió retratar los interiores domésticos de casas de alquiler para estudiantes situadas en la parte nueva de Santiago de Compostela.

Las imágenes nos muestran los interiores de unas viviendas que están a la espera de ser alquiladas de nuevo. Son viviendas vacías, desocupadas, en las que no hay objetos ni pertenencias de los habitantes pasados, ni apenas mobiliario, y sin embargo están llenas de "presencia", pasada, presente y futura.

> Que el espacio, el vacío, sea el protagonista de la arquitectura, resulta en le fondo, muy natural: ya que la arquitectura no es tan sólo arte, ni sólo imagen de vida histórica o de vida vivida por nosotros o por los demás; es también, y en primer lugar el ambiente, la escena en la cual se desarrolla nuestra vida (Zevi, 1963: 23).

Las fotografías están tomadas desde el interior de la casa hacia el exterior, en todas ellas aparece la ventana de la habitación retratada y como veremos a continuación, nos revelan muchas más cosas sobre la ciudad y el habitar, de lo que un primer momento podría parecer.

La persiana medio bajada nos indica que el sol entra con fuerza por esta ventana, podemos ver como el extremo izquierdo del sofá, sobre todo la parte del respaldo está muy descolorido. Es un sofá viejo y usado. En el se han sentado muchos estudiantes, y con el paso del tiempo se ha ido deformando, la tela se ha dado de sí por el peso.

Los materiales reaccionan a los cuerpos. Se dilatan o contraen con el calor, se expanden con el peso de los cuerpos.

1. Presencia

El ajetreo de la vida no solo está en los objetos y pertenencias de los individuos, la presencia está en la luz y en el aire de la casa. Aire que se expande como en el respaldo de este sofá, deformado por el peso de alguien que ahora no está y por el paso del tiempo. La presencia está también en la envolvente, en la pared arañada por el roce del mobiliario, en la carpintería de la ventana que ya no ajusta bien.

2. Extrañamiento

Al ver las imágenes tenemos la sensación de conocer el interior, nos resulta familiar. Las fotografías evocan nuestros propios interiores contenidos en la memoria. Esto es porque lo que vemos son interiores universales, el mobiliario es el básico para el habitar; silla, mesa, sofá, cama, butaca, mesilla de noche…, no hay adorno ni huellas.

Subrayando la cotidianidad esta se hace intensamente presente, mientras que a la vez se convierte en algo inquietante y ajeno. Son espacios que están suspendidos, en espera.

Únicamente cuando realizamos un estudio exhaustivo de los elementos de la envolvente arquitectónica podemos extraer datos relativos al país, ó a la época de construcción de la casa. Como cuando observamos la carpintería corredera de aluminio de las ventanas, típica de la España de los años setenta, carpintería que nunca encontraríamos por ejemplo en un interior nórdico.

3. Espejo

Una de las características de las imágenes de Elisa Sighicelli es que su manera de fotografiar nos hace sentirnos inmediatamente dentro de esos espacios. Nada más ver la imagen de la butaca, sentí que estaba ahí sentada, escondida, resguardada del reflejo de la ciudad y la sombra que inundan el suelo.

Las imágenes funcionan como un espejo en el que cada uno puedo recrear sus propias vivencias. Son escenario de historias en el que cada espectador es el protagonista. No son imágenes de habitaciones o ventanas concretas como afirma la propia artista (Pereira, 2000), son más bien del concepto de habitación o de ventana, por lo que cada uno al verlas se enfrenta con su propia imaginación, memoria y experiencias.

Según la artista "se trata de mirar cosas que ya conocemos como si advirtiésemos de repente que estas cosas existen y que nosotros existimos" (Pereira, 2000).

Elisa Sighicelli consigue crear está sensación en el espectador bajando el punto de vista de la imagen, con ello el primer plano de la imagen se desenfoca, y nos sentimos que estamos mirando desde tan cerca que estamos dentro de la misma.

4. Vecinos

Los vecinos y por tanto la ciudad, están presentes en las imágenes. A través de las ventanas llegamos a atisbar el edificio de enfrente, e incluso el cielo, la ropa tendida del piso superior, la terraza que hace de filtro entre el interior y el exterior, o la mirada indiscreta del vecino contenida por unos visillos que cubren el hueco mientras dejan penetrar la luz.

Pero además la ciudad entra en la casa. Su luz, su aire, sus ruidos…

No se trata de asomarse a ver la ciudad, sino de que irrefutablemente, y aún en ocasiones en contra de nuestros propios deseos, la ciudad está permanentemente dentro de la casa.

5. Reflejos

El reflejo de la ciudad se posa en el suelo de las habitaciones. La ciudad está presente en el interior de la casa. Existe físicamente, aunque sea dada la vuelta. Inunda y coloniza las habitaciones, se extiende por la casa.

Según la noción psicológica y metafísica de la reflexión, esta tiene su origen en la substancia material; la realidad después de extenderse o emanar regresa hacia si misma, pero antes de regresar existe sobre donde se extiende (Ferrater, 2009), y por ello la cámara la captura, aunque sea un solo instante.

Sentimos la presencia de la ciudad en el interior, de nuevo, al igual que ocurría con los vecinos no hace falta asomarse a la ventana para ver la ciudad.

6. Ventana

La ventana como agujero simboliza la idea de penetración, de posibilidad y lontananza (Cirlot, 2005). Según Italo Calvino incluso el yo que separa el mundo hacia dentro del mundo hacia afuera de cada uno:

> Por lo general se piensa que el yo es alguien que está asomado a los propios ojos como al antepecho de una ventana y mira el mundo que se extiende delante en toda su vastedad. Por lo tanto: hay una ventana que se abre al mundo. Del otro lado está el mundo, ¿y de este? Siempre el mundo: ¿qué otra cosa va a haber? (…) ¿Y él, llamado también yo, es decir, el señor Palomar? ¿no es también él un fragmento de mundo que esta mirando otro fragmento de mundo? O bien, dado que está el mundo de este lado y el mundo del otro lado de la ventana, tal vez el yo no sea sino la ventana a través de la cual el mundo mira al mundo" (Calvino, 2001:102).

La ventana es el umbral que nos separa del mundo, el ojo de la casa. También es el hueco por el que la ciudad, su luz, sus reflejos, sus sonidos y sus vecinos penetran en las estancias.

7. Atmosferas

Las imágenes se transmutan en atmósferas mediante el uso de la luz.

Estas atmósferas nos provocan emociones, transmiten calidez o frialdad, esperanza o desazón, vida o muerte… misterio y expectación. Y todo ello está contenido en el "aire" de la fotografía, que de alguna manera se hace visible, existe, pesa.

En esta imagen únicamente vemos el borde de una cama y como la luz penetra en la habitación por la parte baja de unas cortinas ondulantes.

La luz de la mañana entra en la habitación mientras dibuja en la pared.

8. Luz

La luz es protagonista en las obras de Elisa Sighicelli. La artista monta sus fotografías en cajas de luz, cuyos haces se corresponden con los haces de luz de la imagen, enfatizando de este modo aun más su presencia.

Para Elisa Sighicelli la luz representa cercanía o proximidad, la luz da vida a las imágenes, las inunda de vida a la vez que mantiene el tiempo de la imagen continuamente vivo y por tanto continuamente abierto (Cirlot, 2005). Ya desde Persia y Babilonia hasta los pitagóricos se la luz se ha identificado con la vida (Ferrater, 2009).

La luz para Cirlot (2005), representa el espíritu, fuerza creadora y energía cósmica.

La luz conmueve.

> El espacio es atravesado por la luz y aquello funciona, yo diría que suena, y suena cuando la luz lo atraviesa. La arquitectura es luz. Luz al atravesar un espacio (Campo Baeza, 2014).

La luz que emana de la ventana nos indica la presencia de ese otro mundo del otro lado.

> El espíritu perceptivo y la fuerza metafísica de la arquitectura se guían por la cualidad de la luz y de la sombra conformada por los solidos y los vacíos, por el grado de opacidad, transparencia o translucidez. En esencia, la luz natural, con su variedad de cambio etérea, orquestra la intensidad de la arquitectura y de las ciudades. Lo que ven los ojos y sienten los sentidos en materia de arquitectura se conforma según las condiciones de luz y sombra (Hall, 2011: 22).

La luz de las imágenes atrapa al espectador y hace que permanezca mas tiempo frente a la obra.

9. Textura

Lo táctil adquiere su cualidad a través de la luz. La luz hace sentir el tocar. Poniendo un material en primer plano aparece un nuevo mundo de objetos inéditos, de detalles de texturas, con su propia topografía que coexiste con el otro mundo.

Elisa Sighicelli nos hace tocar la casa.

> Todos los sentidos, incluida la vista, son extensiones del sentido del tacto; los sentidos son especializaciones del tejido cutáneo y todas las experiencias sensoriales son modos de tocar, y de este modo están relacionados con el tacto (Pallasmaa, 2012: 111).

Esta imagen manifiesta la experiencia táctil inconsciente, oculta en la visión que describe Juhani Pallasma, puesto que al mirar el ojo toca y este acto determina las cualidades sensoriales del objeto percibido.

De este modo, un simple mantel sobre una mesa camilla es capaz de transmitirnos el calor del hogar, la sensación de comodidad, de bienestar, de cuidado. Tanizaki (2001) explica esta capacidad de la textura de provocar una sensación y posterior emoción refiriéndose al papel procedente de China ó Japon.

10. Sombras

Las sombras de los objetos, del mobiliario se proyectan sobre el suelo de las habitaciones, inundándolo.

De este modo el objeto está presente en su duplicidad, él y su sombra, que la luz del atardecer alarga hasta conquistar todo el espacio.

Además, las sombras propias de los objetos, no las proyectadas, resaltan su materialidad, enfatizan sus formas y volúmenes, su textura como apunta Rasmussen (2012) es consecuencia de percibir las figuras en relieve.

La casa no sería casa si no estuviese en la cuidad, sería cabaña… refugio idílico en el monte, guarida primitiva.

En la serie "Santiago" vemos como la ciudad entra en la casa mediante la luz, las ventanas, reflejos, sombras y los vecinos. Vemos a su vez, como las imágenes de la casa nos revelan presencias, atmósferas, texturas y extrañamientos.

11. Bibliografía

Bachelard, G. (1994). *La poética del espacio*. México D.F: Fondo de cultura económica. ISBN: 84-375-0368-X.

Calvino, I. (2001). *Palomar*. Madrid: Siruela. ISBN: 84-7844-563-3.

Cirlot, J. E. (2005). *Diccionario de símbolos*. Madrid: Siruela. ISBN: 84-7844-798-9.

Ferrater Mora, J. (2009). *Diccionario de filosofía*. 4 vol. Barcelona: Ariel. ISBN:978-84-344-8797-0.

Fernández Mallo, A. (2008). "La noche del Control+Alt+Supr" en *Revista eñe. Vecinos*. Primavera de 2008, nº 13 pp.112-116. Madrid: La fabrica. ISSN:1699-58-56

Holl, S. (2011). *Cuestiones de percepción. Fenomenologia de la arquitectura.* Barcelona: Gustavo Gili, Colección GGmínima. ISBN:978-84-252-2405-8

Pallasmaa, J. (2012). *La mano que piensa. Sabiduría existencial y corporal en la arquitectura.* Barcelona: Gustavo Gili. ISBN:978-84-252-2432-4

Pereira, C. (coord.) (2000). *Elisa Sighicelli. Santiago.* (s.l.) Xunta de Galicia Conselleria de Cultura, Comunicación Social e Turismo. ISBN:84-453-2741-0

Rasmussen, S. (2012). *La experiencia de la arquitectura. Sobre la percepción de nuestro entorno.* Barcelona: Reverté. ISBN: 987-84-291-2105-6

Tanizaki, J. (2001). *El elogio de la sombra*. Madrid: Siruela. ISBN:84-7844-258-8

Torrijos, P. (2014). Jot Down Contemporary Culture Mag. *Entrevista a Alberto Campo Baeza* (en línea) 20 de Marzo de 2014. Consultado en http://www.jotdown.es/2014/03/alberto-campo-baeza-la-luz-es-el-material-mas-lujoso-que-hay-pero-como-es-gratis-no-lo-valoramos/

Zevi, B. (1963). *Saber ver la arquitectura*. 4ª ed. Buenos Aires: Editorial Poseidón. Colección arquitectura y urbanismo.

ÍNDICE ▷

CIUDAD, ARTE Y COMUNICACIÓN. ANÁLISIS DE LA TRANSFORMACIÓN DE ESPACIOS PARA LA CREACIÓN ARTÍSTICA Y LA COMUNICACIÓN EN LA CIUDAD DE SEGOVIA

Isabel Rodrigo Martín, Luis Rodrigo Martín, Daniel Muñoz Sastre
Universidad de Valladolid

1. El Museo Provincial. Antiguo Matadero

La Casa del Sol forma parte de un baluarte de la muralla y está enclavado en lo alto de un espolón rocoso donde se levantaba el último arco que cerraba el barrio judío. Este museo se sitúa en el lugar donde, durante años, estuvo el antiguo matadero judío del siglo XV.

Desde mediados del siglo XV las referencias documentales citan el lugar como sede de las carnicerías dentro de la judería segoviana. Su disposición interior se ha mantenido hasta fechas recientes (1973) en que, tras dejar de ser matadero, acondicionado para tal fin por Joaquín Odriozola a finales del siglo XIX, se convirtió en destartalado almacén municipal y, finalmente, en sede del Museo de Segovia.

Se trata de un edificio de sencilla fachada, compuesto por un zaguán y un patio, a partir del cual se reparten las habitaciones. La creación del Museo de Segovia se remonta a 1842. En el se muestra la historia de Segovia a través de unas 1500 piezas, provenientes todas de la capital o la provincia. El Museo es de titularidad estatal y gestionado por la comunidad Autónoma de Castilla y León.

La fachada del edificio es la propia muralla de la ciudad que envuelve y cierra el espacio del museo. De planta trapezoidal, la distribución gira en torno a un patio interior. En las esquinas, se sitúan unas pequeñas torres.

La edificación originaria es la crujía sur, cubierta con una estructura de cerchas de disposición "a la holandesa" muy singulares. El patio y las otras tres alas son de nueva planta.

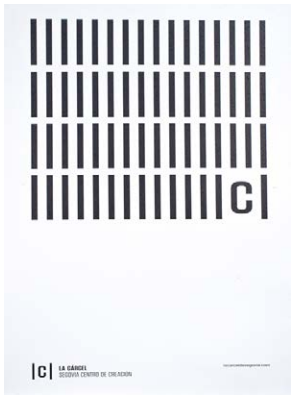
Fig. 1 – Museo Provincial de Segovia. Antiguo Matadero. Fuente: I. Rodrigo

La gran singularidad del edificio reside en su ubicación en un baluarte de la muralla, formando parte de ella. Pertenece al recinto amurallado, al barrio de la Judería, y limita con el entorno del Alcázar. Es un foco visual característico desde prácticamente todo el camino de los Hoyos (parte del cinturón verde de Segovia que forma parte de la cuenca del río Clamores) hasta alcanzar la vista del Alcázar.

Este museo es un claro ejemplo de la transformación de espacios para la creación artística y comunicación pues, además de su magnífica exposición permanente, albergan exposiciones transitorias, presentan la pieza del mes y es un lugar de encuentro de un público joven para la realización de talleres creativos.

2. La prisión provincial de Segovia se convierte en un centro de creación

2.1. Nacimiento del proyecto



Figs. 2 y 3 – Cartel y logotipo realizado para la Cárcel de Segovia. Centro de creación. Fuente: I. Rodrigo

El Ayuntamiento de Segovia creó una oficina Segovia 2016 que tenía como finalidad gestionar la candidatura de Segovia a la Capitalidad Europea de la Cultura en 2016. En este proyecto se contempló la transformación de la antigua cárcel de Segovia en una fábrica de creación.

Segovia, como todos sabemos, no consiguió alzarse con el nombramiento al que aspiraba, pero su proyecto no quedó aparcado ni olvidado, sino que con el mismo ánimo se siguió y se sigue perseverando en el esfuerzo por convertir a Segovia en una ciudad creativa, que apuesta por la creación y la implicación de todos sus habitantes. Así, la concejalía de cultura sigue las pautas del proyecto anterior y con su nueva imagen "Segovia Cultura Habitada", plantea un proyecto de contenidos para que la antigua prisión se convierta en un centro de creación que establezca conexiones con Europa y el mundo, donde el intercambio del talento, el talante, la innovación, la creatividad y el riesgo se concentren en torno a procesos de creación, donde todos pueden participar de la cultura. El nuevo espacio creativo está vinculado a la ciudad de Segovia y a su ciudadanía, y es un espacio para sentir, para crear, para expresar y para compartir, donde tiene cabida cualquier idea o proyecto artístico que sea capaz de transformar la realidad y generar cambios. Tiene un carácter multidisciplinar que se organiza alrededor de tres líneas de actuación:

- Creación + Producción
- Encuentro + Difusión
- Exhibición

El proyecto de la Cárcel de Segovia Centro de Creación quiere convertirse en un espacio vivo, donde la participación ciudadana cobra una especial importancia, pues se pretende que la cultura pueda ser disfrutada por todos y que sea, como dice el eslogan, habitado, ¿Qué es la cultura sino está habitada?

Este modelo que se quiere implantar en Segovia está inspirado en el conocimiento de otras experiencias como Las Maison Foile de Lille que tuvo el honor de ser Ciudad Europea de la Cultura en el año 2004, el antiguo matadero de Madrid, Hangar en Barcelona, el Radialsystem en Berlín o Cable Factory en Helsinki, entre otras, cuyos resultados ya pueden considerarse como éxitos significativos en el desarrollo de la cultura como clave para el progreso social.

2.2. Funciones

El objetivo principal de este proyecto es convertir el espacio en un lugar para la creación artística, para impulsar las industrias culturales y para desarrollar la aptitud y la actitud creativa como forma de realización personal. Para ello se han puesto en marcha un conjunto de estrategias que quedan definidas de la siguiente manera:

a) Segovia Centro de Creación.

b) La Cárcel espacio multidisciplinar donde caben todas las formas de creación actual.

c) Impulso a la creación promoviendo proyectos, proporcionando espacios y recursos y facilitando encuentros entre artistas y habitantes de la ciudad.

d) Apuesta por las industrias creativas en Segovia, contribuyendo al desarrollo de las ya existentes y fomentando el nacimiento de nuevas iniciativas.

e) Impuso a la creatividad cono forma de innovación social. Se pretende que la creatividad no sólo se convierta en una forma de hacer, sino también en una forma de ser, de posicionarse, de percibir la realidad, de imaginar, de sentir, en definitiva, de vivir.

f) Punto de encuentro para todos los públicos, intentando crear una conciencia pública al considerar la cultura como servicio a todos los ciudadanos. La Cárcel quiere convertirse en un lugar de encuentro y ocio cultural para todos.

g) Propiciar que los habitantes de esta ciudad se conviertan en actores y puedan dar a luz sus proyectos.

h) Siendo un proyecto local pretende que sus miras estén abiertas a Europa y al mundo, convirtiéndose en un

centro que permita el intercambio de ideas, experiencias, proyectos y personas.

i) Más allá de los muros de la cárcel. Este proyecto desde su puesta en marcha pretende colaborar con todo el tejido cultural y creativo segoviano.

j) Respeto hacia su pasado, intentando mantener viva la memoria del uso original del edificio.

k) Este proyecto ya está funcionando, falta rehabilitar nuevos espacios para seguir contando con más metros para trabajar, aprender y disfrutar.

Nuestra sociedad demanda cada vez más personas creativas, no sólo en el ámbito artístico, sino también en el técnico y el científico. Nuestra postura sobre la creatividad no sólo se expresa en el arte, la ciencia o la técnica, sino que queremos abarcar todas las manifestaciones humanas, desde nuestra forma de amar y relacionarnos con los otros, hasta en la manera de conocer y descubrir el mundo. Esto, es sin duda, uno de los requisitos indispensables para que un país progrese en todos los ámbitos. Y este es también el punto de partida de este proyecto ambicioso que va a convertir a Segovia en una ciudad creativa.

2.3. Actividades realizadas en la Cárcel de Segovia, Centro de Creación

2.3.1. Jornadas de puertas abiertas

El sábado 30 de abril de 2011, La Cárcel abrió sus puertas al público para acercar este futuro nuevo espacio cultural de Segovia a los ciudadanos. Existió una gran expectación por parte del público para visitar un edificio familiar pero desconocido para la mayoría.

Se presentó el proyecto Galerías que se plantea como un espacio expositivo singular donde la memoria y las emociones juegan un papel muy importante: las celdas de La Cárcel. El principal objetivo de Galerías es el cambio de significado de las celdas, lugar de encierro, y transformarlas en un espacio para la libertad y la creatividad.

Galerías quiere potenciar la escena artística contemporánea dentro de la ciudad de Segovia. La Cárcel presenta la Primera Edición de este programa de intervenciones artísticas que convierte las celdas de la antigua prisión de Segovia en un lugar de encuentro con el arte y la creación contemporáneos. En la Primera Edición de Galerías diez artistas intervinieron en diez celdas, creando diez proyectos artísticos específicos para La Cárcel. Además, tuvieron lugar diferentes actividades para todos los públicos: danza, música, teatro, circo, cortometrajes, Dj, improvisación y más. Los asistentes pudieron certificar su presencia ese día dejando su foto con las que se elaboró un mural titulado: "fichados".

2.3.2. Microteatro en la Cárcel

Lo que empezó siendo una experiencia para el día de puertas abiertas se ha convertido en una de las actividades más importantes del programa cultural de Segovia. El éxito de esta actividad va aumentando paulatinamente y en la última edición ha sido necesario ampliar un día más todas las representaciones.

2.3.3. Puro teatro

Puro teatro ha presentado, en estos cinco años, cinco de las mejores obras de teatro en cartel en toda España.

2.3.4. Laboratorio de Creatividad Ciudadana (LABCCs)

El laboratorio de Creatividad ciudadana estaba incluido en el dossier que se presento para la candidatura Segovia 2016. El objetivo fundamental que quiere alcanzar esta actividad es conseguir la participación activa de todos los ciudadanos en temas culturales. Se presentan como acciones donde hay algo que "hacer", no se invita solamente a ser espectadores o consumidores de cultura, sino que pretende ser protagonistas de la producción, de la investigación y de la reflexión conjunta de la creación contemporánea.

Es una experiencia abierta, colectiva y participativa que nace con la innovación y la creatividad como sellos de identidad y con una vocación abierta e internacional.

Hasta la actualidad se han puesto en marcha cinco laboratorios:

a) 100 miradas. En este laboratorio se realizó la primera película colectiva de los ciudadanos de Segovia. Está compuesta por piezas de los participantes que contaban lo que representaba para ellos la cultura en su ciudad. Esta creación audiovisual colectiva pretende romper las jerarquías y modelos de los sistemas culturales dominantes, plantea la reflexión sobre los procesos creativos en la era digital donde la frontera entre creador y espectador se difumina hasta intercambiarse. Porque la cultura no es un concepto cerrado y hermético sino una experiencia vital en primera persona que quería saber que supone habitar la cultura para los ciudadanos de Segovia, y descubrir la mirada personal y única de los ciudadanos.

b) Segovia se anima. En este laboratorio se ha implicado a los niños de Segovia para que escriban el guión y

elaboren una película de animación sobre su ciudad. El LABCC ha sido coordinado por la productora Pequeños Dibujos Animados (PDA). El resultado de este laboratorio es la película "100 Miradas". Los dibujos los han realizado los niños participantes, que también se han encargado de la interpretación y la locución. "Segovia se anima" cuenta una historia de Segovia muy particular, la historia vista por ellos.

c) La Escuela a Escena. Laboratorio que se dedica a la creación colectiva en una obra de teatro por parte de los niños segovianos. En este proyecto colaboran diferentes centros educativos de la ciudad, que preparan las obras teatrales que posteriormente se representan en la sala Ex.Presa de la Cárcel de Segovia. Algunas de las obras son creadas por los propios niños. Después de las representaciones se incluye un debate moderado por expertos en la materia.

d) Alfombra de Momentos. Un patchwork de los momentos que han vivido los segovianos a lo largo de su vida, representados por las telas y prendas de vestir que les han acompañado en esos momentos. Eso es la Alfombra de Momentos. Un autobús de los LABCC ha recorrido los barrios de Segovia para recoger las vivencias de los ciudadanos en forma de telas. Son muchas las personas que se han acercado al autobús, especialmente mujeres mayores que guardaban estas telas en sus casas, y que han querido compartirlas con la ciudad y sus habitantes. Las mujeres del Taller de Costura del Ayuntamiento fueron las encargadas de componer la alfombra que se presentó durante la Noche de Luna Llena 2012, que tuvo lugar el sábado 7 de julio.

e) Historias de Navidad. Es una instalación efímera con luz, inspirada en los blancos paisajes invernales segovianos y en la que tienen especial protagonismo los esgrafiados arquitectónicos que definen la identidad cultural de la ciudad. Se ha propuesto a cada ciudadano que cuente su historia participando en la construcción de esta instalación. A través de este Laboratorio de Creatividad Ciudadana (LABCC) puesto en marcha por la Concejalía de Cultura de Segovia, los participantes han diseñado un esgrafiado que se han troquelado en los tetra brik cedidos por la empresa Tetra Pak. Posteriormente estos tetra-brik se han iluminado y han formado parte de la escultura arquitectónica diseñada. La pieza final necesitó 5000 tetra brik blancos iluminados y ensamblados entre sí, creando una estructura auto-portante a lo largo del pasillo de la Cárcel de Segovia Centro de Creación. La obra estuvo en exposición pública durante el periodo navideño y se invitó a todos los ciudadanos a contemplar la obra colectiva creada por sus conciudadanos.

f) Encuentro con Mujeres que transforman el Mundo. Quizá sea esta una de las actividades más interesantes que han tenido lugar en este nuevo espacio de creación. Se han llevado a cabo cuatro encuentros con personajes importantes en la defensa de los derechos de la mujer. Estos encuentros nacen con el espíritu de mostrar la realidad de la mujer en distintas partes del mundo y desde diferentes ámbitos. Estos encuentros incluyen charlas de estas mujeres, cine, música y exposiciones…

Fig. 4.- Fragmento del logotipo Mujeres que transforman el mundo. Fuente: I. Rodrigo

g) Titirimundi. Titirimundi es un festival internacional de Títeres que se viene celebrando en Segovia des de 1985 con un éxito importante en todas sus ediciones. Este festival es todo un referente en el que niños y adultos pueden ver lo mejor del mundo del títere, con propuestas que van desde las formas de manipulación más tradicionales a las más vanguardistas y fusionadas con otras disciplinas. En la última edición de mayo de 2013 una treintena de compañías procedentes de todo el mundo llenaron de magia los escenarios, plazas y calles de Segovia durante los seis días que dura esta edición de Titirimundi. Junto a los espectáculos, también se celebraron talleres de construcción de marionetas para los niños y una exposición de muñecos animados en el Centro Cultural La Cárcel.

h) Música en el patio de la Cárcel. El patio de la Cárcel se transforma en un lugar donde la música es la protagonista: conciertos como el de Corizonas o de SexMuseum, rock, y poesía han tenido lugar en este espacio de creación y participación.

i) Cine. La Cárcel se Segovia colabora con la Muestra de Cine Europeo Ciudad de Segovia (MUCES) y en su sala de proyección se pueden contemplar las mejores películas

europeas no estrenadas en salas comerciales. Con motivo de la celebración en Segovia de la séptima edición de la Muestra de Cine Europeo Ciudad de Segovia (MUCES), la Fundación Mapfre ofrece, como parte de la estrecha colaboración que mantiene con esta iniciativa, y con la colaboración del Ayuntamiento de la ciudad, un amplio programa de talleres y actividades culturales dirigidas al público con talleres donde los más pequeños pueden familiarizarse y divertirse con las emociones y experiencias que suscita el Séptimo Arte. En los Encuentros con mujeres también se llevan a cabo los ciclos de cine "la mujer creadora". También se proyectan las películas que se han programado dentro de la séptima edición del Hay Festival Segovia. Se ha creado la Filmoteca de Segovia con sede en la Cárcel de Segovia, y es la encargada de proyectar los ciclos de cine como el de cine asiático o femenino.

j) Literatura. La literatura también está presente en este centro de creación con actividades homenaje a poetas como Jorge de Ortúzar y actividades del Hay Festival.

k) SEGOVIA expressa. Es una dinámica de participación ciudadana buscando ideas que mejoren la cultura y por tanto la vida de la ciudad, consiguiendo convertir a Segovia en la ciudad creativa que se merece. Cuando la gente se escucha, expresa ideas y experiencias y piensa en grupo, es capaz de entender y hacer entender, de proyectar conocimiento y creatividad, de generar soluciones innovadoras. En SEGOVIAexpresso se hace alrededor de un café. Y lo cierto es que alrededor de un café y creando una red de conversaciones dinámicas han surgido decenas de valiosas propuestas. En esta nueva sede de creación se han llevado a cabo además otras actividades como: Jornadas de Música Contemporánea, Segojazz, exposiciones, sesiones de Magia, danza etc. Además los espacios se ceden para actividades culturales de organizaciones de carácter social, como asociaciones por la lucha de enfermedades o adicción, asociaciones para la mejora de vida, actividades deportivas, presentación de libros, etc.

3. La Puerta de Santiago. El Museo de títere

La Fundación del Patrimonio Histórico ha terminado recientemente las obras de rehabilitación y puesta en valor de la Puerta de Santiago, con una inversión de 370.000 euros y la colaboración del Ministerio de Fomento, a través del uno por ciento cultural, y del Ayuntamiento de Segovia.

El objetivo de la intervención era triple: recuperar un elemento patrimonial de gran importancia, no suficientemente conocido; conseguir que se comprenda el sentido de la Puerta de Santiago como elemento defensivo y de control del acceso a la ciudad y, a la vez, adecuar su espacio para albergar la colección de títeres de Francisco Peralta.

La rehabilitación supuso la recuperación del espacio del cuerpo de guardia y sus accesos desde la planta baja y la escalera que lo comunica con la planta primera. Además, se recuperó el tránsito del adarve original en la planta baja y se acondicionaron los accesos al adarve, desde la calle, y a la planta primera. También se eliminó el trasdós construido en la planta primera en la reforma de 1984 para recuperar los volúmenes de la construcción, entre otras acciones de restauración.

La Fundación del Patrimonio Histórico instaló también una serie de elementos informativos y una maqueta con una animación infográfica que refleja la evolución del edificio, para lograr que quien lo visite comprenda qué funciones ha cumplido y cómo ha cambiado a lo largo de los siglos.

La Puerta de Santiago es una de las mejor conservadas de las que tuvo la muralla de Segovia. En su construcción actual se aprecian sucesivas intervenciones, desde la fachada Oeste, datada en el siglo XIII, a la fachada Este, con sillares almohadillados de granito y restos de un marco decorativo, fechados entre finales del siglo XVI y comienzos del siglo XVII. Ha albergado usos de lo más dispares desde casa de la santera o refugio de menesterosos hasta estudios de pintores.

El museo recoge un total de 38 títeres reciben al visitante en este pequeño museo, donde se respira magia y fantasía. Los títeres están fabricados con madera, vendas, escayola y cola de conejo, materiales domésticos reciclados, tela y elementos de metal. Las marionetas representan personajes de obras de teatro tomados del romancero popular, argumentos musicales de autores consagrados, la literatura clásica y la narrativa infantil de calidad. Muestran distintos sistemas de manipulación: hilos, engranajes y articulaciones, maquinarias, varillas, asas o peanas.

La exposición está pensada para dar todo el protagonismo a los títeres, con una estética sencilla y uniforme, y un estudiado juego de luz y oscuridad. La colección se ha distribuido en los dos pisos,

en vitrinas diseñadas a medida y con una iluminación adecuada, que permite su perfecta visión y conservación.

4. Conclusiones

A lo largo de esta exposición hemos podido comprobar cómo la transformación de los espacios estudiados, el matadero, la antigua Prisión provincial de Segovia y la Puerta de Santiago se han reconvertido en lugares para crear, sentir, expresar y compartir. El proyecto de recuperación supone un importante impulso a la cultura y, lo que nos parece más significativo, a la participación ciudadana en los procesos culturales de la ciudad. La transformación de espacios, más allá de su mero valor funcional, supone un importante valor simbólico de apropiación ciudadana de los procesos culturales y de empoderamiento con la finalidad de:

- Impulsar la creación artística. Cultura
- Desarrollar las industrias culturales. Económica
- Innovación social. Social
- Conexión de Segovia con Europa. Ciudad
- Un modelo de gestión sostenible. Viabilidad

En este estudio hemos comprobado cómo, a pesar de llevar poco tiempo de funcionamiento, se ha iniciado un camino lleno de actividades, que interactúan con su entorno más próximo, con la Red, conectando con otros espacios de creación nacionales e internacionales y constituyendo un lugar de encuentro abierto a toda la ciudadanía con capacidad para transformar, no sólo los espacios analizados, sino la vida de la ciudad, consiguiendo un nivel de desarrollo social y personal dónde se abren, cada vez con más frecuencia, nuevas vías de realización personal y colectiva.

5. Bibliografía

Bonet, Ll; Castañer, X. y Font J. (2009). *Gestión de Proyectos Culturales*. Barcelona: Ariel.

González-Calero, A. (2012). "La Ciudad devora cultura. Fundamentos y causas". Actas Icono 14 del II Congreso Internacional Ciudades Creativas en *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*. Icono 14 Madrid, pp. 239-246.

Naranjo Escudero, E. (2012). "Ciudades de Marca. De la Alta Costura al Prêt À Porter". Actas Icono 14 del II Congreso Internacional Ciudades Creativas en *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*. Icono 14 Madrid. pp. 1759-1772.

Preciado, N. y otros (2011). *Dosier de Candidatura de Segovia 2016 a Ciudad Europea de la Cultura*. Edición: Ayuntamiento de Segovia.

Rodrigo Martín, I.; Rodrigo Martín, L. y Martín Requero, M. I. (2012). "El consumo Cultural y las Ciudades. El consumo cultural como identitario y motor económico de las ciudades del siglo XXI". Actas Icono 14 del II Congreso Internacional Ciudades Creativas, en *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*. Icono 14 Madrid. pp. 246-257.

Verdú, V. (2005). *Yo y Tú. El personismo. La primera Revolución cultural del siglo XXI*. Barcelona: Debate.

6. Páginas Web

Asociació d'artistes visuals de Catalunya (2006). Consultado el 23 de enero de 2014 en http://hangar.org/es Hangar.org, 2006.

Segovia Cultura Habitada. Ayuntamiento de Segovia (2012). Consultado el 25 de enero de 2014 en http://segoviaculturahabitada.es/que-es-segovia-cultura-habitada/

Kaapeli (2014). Consultado el 23 de enero de 2014 en http://www.kaapelitehdas.fi/en

Lab for Culture. European Cultural Foundation (2004). Consultado el 10 de febrero de 2014 en http://www.labforculture.org/es/content/view/full/25804

La Cárcel de Segovia. Ayuntamiento de Segovia (20119. Consultado el 7 de febrero de 2014 en http://www.lacarceldesegovia.com/

Matadero de Madrid. Ayuntamiento de Madrid (2003). Consultado el 7 de febrero de 2014 en http://www.mataderomadrid.org/

Segovia 2016 Ciudad Candidata a Capital Europea de la Cultura (2007). Consultado el 13 de marzo de 2014 en http://www.segovia2016.es/Portals/0/dossier2016/Dossier%20SEGOVIA%202016.pdf

Turismo de Segovia. Ayuntamiento de Segovia. Consultado el 23 de enero de 2014 en http://www.turismodesegovia.com/es/que-ver/monumentos/puerta-de-santiago

ÍNDICE ▷

EL INSTRUMENTO AUDIOVISUAL EN LA COMUNICACIÓN DE CONFLICTOS URBANOS

Marco Rossano
Universidad de Barcelona

1. Introducción

El artículo es parte de un proyecto más amplio con el título "Documentar y entender lo urbano en el siglo XXI: diálogos entre científicos sociales, arquitectos y artistas visuales". Unos encuentros multidisciplinarios co-organizados por el grupo de investigación Contraplano, Laboratorio d'Acción Documental (LAD) y el Laboratorio Arquitectura/Antropología (LAA) de la escuela de arquitectura de París La Villette. El objetivo principal de las jornadas ha sido poner en contacto investigadores y especialistas de diferentes disciplinas y fomentar el diálogo entre ellos para generar una reflexión interdisciplinaria y colectiva sobre la ciudad y la manera en que se presenta y representa el fenómeno urbano. Una de las jornadas se ha centrado en el barrio barcelonés del Bon Pastor, un barrio periférico en el que desde hace años se dan conflictos entre los vecinos y las instituciones y entre los mismo vecinos, sobre el futuro de la zona. Es un ejemplo local de una problemática global, la del aumento de la desconfianza hacia las instituciones establecidas y el continuo nacimiento de agrupaciones y movimientos sociales y políticos que se enfrentan a las instituciones buscando y proponiendo formas alternativas al actual sistema. Conflictos que a veces desembocan en polémicas violentas y en duros enfrentamientos. Se define de tal manera lo que Castells denomina contraposición entre poder y contrapoder (Castells, 2012: 23).

Un ejemplo de conflicto entre poderes establecidos y contra poderes que quieren proponer una alternativa es, sin duda, el que se refiere al barrio de Bon Pastor en Barcelona. La segunda jornada de los encuentros multidisciplinarios ha planteado un recorrido por el barrio Bon Pastor para entrar en contacto directo con los territorios urbanos objeto del interés de los investigadores. Los encuentros han servido para preguntarse cómo describir lo urbano desde las ciencias sociales, las artes visuales, la arquitectura o el urbanismo, de cuáles son las estrategias que se utilizan para dar a conocer las investigaciones en contextos urbanos y si hay un diálogo entre científicos sociales, arquitectos, urbanistas y artistas visuales para documentar lo urbano. De esta experiencia se ha publicado un artículo (Monnet et al, 2013).

2. El instrumento audiovisual

Un elemento que ha surgido durante los encuentros ha sido la necesidad y la conveniencia en las investigaciones de utilizar nuevos métodos y lenguajes como por ejemplo el uso del instrumento audiovisual y de las imágenes como parte del proceso de investigación que no se limita a una tarea de integración del análisis sino que constituye un elemento fundamental en el proceso de investigación. En el mundo actual la imagen resulta de fundamental importancia e impregna tanto la vida social que se podría afirmar que si algo no es capturado por una imagen no existe (Echavarren, 2009: 1). Se habla de *homo videns* (Sartori, 1998) para subrayar, una vez más, el impacto de las imágenes, en todas sus formas, sobre las personas. Y la imagen no es sólo la de la fotografía o del vídeo sino también la de la televisión, Internet, grafiti, tatuajes, es la que se encuentra y se ve en los periódicos, en los teléfonos móviles, etc. Vivimos en un mundo en el que la

imagen forma parte de la vida de las personas, condiciona las relaciones sociales (Bourdieu, 1997) y contribuye a modificar las formas de percepción de la realidad y de la representación del conocimiento científico generando nuevas formas de expresión y comunicación en todos los ámbitos de la vida social (Buxò y de Miguel, 1999: 1). Una difusión debida a los avances tecnológicos que no sólo permiten una mayor divulgación y recepción de las imágenes sino también una creación de contenidos y utilización al alcance de la mayoría de las personas. Un ejemplo son los teléfonos móviles y las aplicaciones instaladas en ellos que permiten realizar, editar y, sobre todo, divulgar fotos y vídeos.

Las películas y los vídeos ofrecen una forma ideal para contar historias, comprender la intensidad de las emociones, registrar los movimientos de una multitud variopinta (Bromberger, 1995: 6-7). No es un medio que sustituye otras formas y metodologías de análisis sino más bien es un instrumento con un lenguaje y códigos propios que ayuda a traducir y a comprender la intensidad de estas conductas que son inadecuadas para escribir. Los vídeos y las imágenes no se usan simplemente como una apéndice para visualizar el análisis conducido o como adorno para ilustrar textos sino que forman parte importante del proceso de investigación y permiten observar comportamientos y comunicar imágenes y contenidos que sin cámara no se podrían captar. El instrumento audiovisual permite construir un discurso desde los propios actores involucrados en los procesos y las imágenes que se pueden difundir y comunicar con mayor y diferente impacto respecto a los discursos tradicionales en una experiencia multisensorial de investigación y comunicación (Aguilar, 2006: 18).

El medio audiovisual integra la parte escrita y viceversa en cuanto son dos medios que utilizan dos lenguajes diferentes que integrados permiten desarrollar de la mejor manera un proyecto y dar una visión más amplia de la investigación. Las palabras y las imágenes utilizan lenguajes y siguen métodos diferentes para construir significados y explicar la realidad. Lo visual y lo textual son dos formas complementarias desde un punto de vista cognitivo y cultural. No se puede cometer el error de considerar la imagen como una versión disminuida de la palabra o como simple ilustración de textos. Una imagen fotográfica es capaz de capturar aspectos de la sociedad que las palabras no pueden (Chaplin, 1996 en Buxò y de Miguel, 1999: 10). La cámara puede ver más que el ojo humano y sobre todo mejor enfocado (de Miguel, 1997: 27-31). Pues las imágenes permiten explicar de una forma peculiar la realidad y al mismo tiempo también de crearla. No muestran evidencias objetivas, ni descripciones, ni transcripciones. Mediante las imágenes se representan y producen significados culturales. Entonces la sociología visual no utiliza la imagen en contraposición a la palabra sino que tiene la intención de integrar los dos lenguajes. Palabras e imágenes no están subordinadas las unas a las otras, deben de lograr una armonía entre ellas y tener la misma importancia en el discurso social (Ortega Olivares, 2009: 167).

3. El recorrido por Bon Pastor

He utilizado el medio audiovisual durante una de las jornadas en las que se programó un recorrido por el barrio barcelonés del Bon Pastor. Mediante la cámara de vídeo no quería limitarme a una simple documentación y observación documental sino más bien, mi intención era captar elementos y situaciones que podían pasar desapercibidas a una primera visita y plantear un futuro trabajo documental e investigativo sobre el barrio. El vídeo realizado tenía que ser el primer acercamiento al conflicto del Bon Pastor para en un segundo momento profundizar y descubrir nuevos ámbitos de la investigación y divulgar los resultados. El itinerario ha sido organizado por el colectivo "Repensar Bonpastor"[1] un grupo de trabajo colectivo independiente, formado por personas procedentes de diferentes contextos disciplinarios: arquitectura, urbanismo, antropología e historia contemporánea. El punto de encuentro para empezar el recorrido ha sido en la biblioteca Bon Pastor donde algunos miembros del colectivo nos han introducido en su trabajo, describiéndonos el contexto del barrio, las actividades del grupo, poniendo el énfasis sobre el concurso de ideas que se había organizado para proponer una alternativa concreta al plan urbanístico que la administración había previsto para el barrio. A continuación, el colectivo había planeado cinco paradas en cada una de las cuales uno de los miembros nos explicaba un argumento relacionado con el barrio o con las actividades y propuestas del grupo. La idea del recorrido en los lugares objetos de la investigación ha sido una manera original con la que el colectivo ha querido explicar el contexto de estudio tocando directamente con mano y con vista los lugares y las dinámicas que se iban a tratar.

Al dejar la biblioteca de Bon Pastor éramos un grupo de unas quince personas. Yo estaba equipado de cámara de video y me mantenía un poco al margen. Enseguida llegamos a la primera parada, en la novena planta de uno de los edificios, un alto bloque construido en los años sesenta, que se encuentra justo delante de la zona de estudio. Aquí una arquitecta, miembro del

[1] Para más informaciones sobre el colectivo http://repensarbonpastor.wordpress.com/

colectivo "Repensar Bonpastor" nos empezó a contar la historia del barrio, desde su origen en 1929, vinculado a la Exposición Universal, hasta la época actual y el plan de remodelación urbano planteado por las instituciones en los últimos años.

Bon Pastor es un barrio de Barcelona situado en la parte este de la ciudad, a la orilla del río Besòs. Es una zona periférica que contiene uno de los cuatro polígonos de casas baratas que se construyeron en 1929 en ocasión de la Exposición Universal para alojar a los inmigrantes, la mayoría procedentes de las zonas rurales de Murcia y Andalucía, contratados para trabajar en las obras de la Exposición. Las viviendas eran de propiedad municipal y en régimen de alquiler protegido. El barrio se formó en la extrema periferia por diferentes razones: había que edificar viviendas a bajo coste para alojar a los inmigrantes y había que limpiar la imagen barraquista de la ciudad antes de la Exposición. Otra motivación fue la de aislar la población inmigrante debido a su procedencia geográfica y a su pertenencia a un grupo social, el de los obreros no especializados, que eran uno de los protagonistas más radicalizados de la clase obrera de la época (Gallardo: 2000 y Ealham: 2005).

Durante la guerra civil el barrio fue bombardeado y en la posguerra sus vecinos fueron duramente perseguidos por su clara tendencia anarquista. En los siguientes años el barrio y su población fueron abandonados durante décadas por las instituciones que no se querían hacer cargo de la gestión y de la administración de la zona. En consecuencia, la situación dio lugar a un mayor aislamiento de la comunidad y a formas de autogestión vecinales que permitieron a los inquilinos de las casas baratas de convertirse en los encargados de mantener las viviendas y lo hicieron, en muchos casos, al margen de la legalidad. Los contratos de alquiler pasaron de una generación a otra sin apenas control, mientras la ciudad se expandía hasta rodear el barrio con una amplia zona industrial.

En la década de los '60 se empezaron a plantear planes de remodelación pero sólo a finales de los '90 se programó el derribo integral de las 784 casas baratas y su sustitución por nuevos bloques de pisos donde los vecinos serían realojados. En el 2003 el Plan de Remodelación preveía el derribo progresivo de las casas baratas y la construcción de 1000 pisos en cinco fases. Además, en el mismo año, se celebró un referéndum sobre la remodelación, donde ganó el sí con un 55% de los votos. A finales de 2003, el Ayuntamiento de Barcelona, el Departamento de Política Territorial y Obras públicas y la Asociación de vecinos de Bon Pastor (AVBP) firmaban el convenio regulador del proceso de remodelación en el que se recogían los acuerdos a los que habían llegado esas entidades para concretar las modificaciones del barrio y planear diferentes soluciones de realojo de los vecinos, alquiler vitalicio, alquiler normal y la compra de los nuevos pisos.

A pesar del acuerdo entre instituciones y del referéndum que había visto ganar el sí al Plan de Remodelación, algunos vecinos contrarios al plan crearon la "Avis del Barri en defensa dels inquilins de Bon Pastor", una asociación de vecinos alternativa a la ya existente formada principalmente por miembros de edad avanzada que expresaban de esa manera sus dudas y temores a perder sus viviendas y a la imposibilidad de pagar una hipoteca o un alquiler en los nuevos apartamentos. Afirmaban también la falta de información precisa a la hora de votar el referéndum y no consideraban la AVBP representativa de la totalidad de los vecinos acusándola de falta de legitimidad en las contrataciones del Plan. La nueva asociación recogió más de 200 firmas y presentó un contencioso administrativo contra el Plan y una querella criminal contra la AVBP. De esa manera hubo una fractura importante en el barrio con una parte de los vecinos a favor del Plan y otra parte en contra. El enfrentamiento se radicalizó después de los derribos de las primeras 145 casas en 2007 y del desalojo violento de algunas familias del barrio en contra del Plan.

La situación empeoró debido a la crisis económica. En 2009, con la segunda fase comenzada, algunas familias ya realojadas, denunciaban las dificultades que estaban sufriendo para pagar el alquiler o la hipoteca. Algunas no consiguieron atender a los pagos y, en poco tiempo, empezaron los primeros desahucios, en muchos casos violentos, por impago y los pisos pasaron a los bancos. Algunos intentaron ocupar las viejas casas baratas, a menudo con el apoyo de otros vecinos, provocando la intervención de la policía. Sin embargo, la crisis afectó también a las inversiones públicas y se detuvieron las obras dejando a los vecinos en una situación de incertidumbre, confusión, enfrentamientos entre ellos y con la administración pública, acusada a menudo de no cuidar de algunas zonas del barrio –recogida de basura, limpieza, mantenimiento, etc.– para, de esta manera, obligar a los que estaban en contra de las intervenciones a abandonar las protestas y aceptar de una vez el Plan y finalmente poder recalificar la zona.

En el vídeo realizado (https://vimeo.com/73442763) se muestra desde las primeras imágenes el contexto urbanístico y el contraste arquitectónico, espacial y luminoso entre los nuevos bloques y las casas baratas (mins. 00.00-00.14). Al principio mi posición ha sido la de simple observador/escuchador de lo que estaba contando la arquitecta. De repente se acercó a nosotros un señor mayor

que vivía en la finca desde los años sesenta, para escuchar y aportar su experiencia directa. Empujado por la arquitecta que en un intento de acercamiento (min. 00.49) le dijo que "si Usted ve que me equivoco o puede complementar adelante" (mins. 00.53 -00.59). El señor sin tener ningún tipo de problema en más de una ocasión interrumpió a la arquitecta y añadió un comentario "lo hicieron para realizar una habitación más para agregar a la vivienda" (min. 1.30). Un dato interesante que no había sido contado y que se iba a perder sin grabarlo en vídeo. A partir de este momento la arquitecta interactuó con el señor y casi parecía buscar su aprobación o confirmación a través de las miradas. Eso se nota también en el cambio de los movimientos de la arquitecto que ha pasado de hablar a todos los participantes a un eje entre el barrio y el señor. Al cabo de un rato otra vecina se interesó por lo que estaba pasando preguntando sobre el plan de remodelación en el barrio y enseñando cual era su casa (min. 6.32). Al final de esta primera etapa dejamos el edificio. La mayoría del grupo bajó por la escalera mientras que la arquitecta, el señor y yo utilizamos el ascensor. Allí tuve la posibilidad de interactuar directamente, y la cámara conmigo, con el señor que nos contó su experiencia personal de cuando llegó al barrio (mins. 6.58-7.27).

En la segunda etapa, nos paramos en medio de una de las últimas plazas que han quedado del barrio así como fue concebido en su origen. Antes de llegar había grabado imágenes de las casas baratas (a partir del min. 8.05) en las que se seguía viviendo y de otras cerradas y abandonadas. Una señora se nos acercó por la curiosidad de saber quiénes éramos (min. 8.14). Durante el paseo me llamó la atención la presencia de muchas banderas españolas (min. 8.39) en contraste con las catalanas expuestas en las fachadas de varias fincas de nueva construcción. En la plaza otro componente del colectivo nos comentó los pasos previos de los miembros del grupo antes de llegar al Bon Pastor y de su forma organizativa (min. 8.48).

El colectivo "Repensar Bonpastor" es un grupo autogestionado multidisciplinario que tiene el objetivo de impulsar procesos de participación comunitaria en la transformación y renovación de la ciudad. Se formó entre 2006 y 2007 cuando algunos de sus miembros empezaron un trabajo de investigación sobre la participación ciudadana y las transformaciones urbanas en el que participaron técnicos, estudiosos y vecinos provenientes en su mayoría de luchas vecinales contra la especulación urbanística e inmobiliaria en distintas áreas de la ciudad. Una parte del trabajo estaba dedicada a las casas baratas del Bon Pastor y se analizaba con detalle la participación ciudadana en el proceso de transformación urbana. Según el colectivo el plan urbanístico de Bon Pastor se insertaba plenamente en el que se conoce como "Modelo Barcelona" que consiste en convertir un lugar aislado, en muchos casos barrios populares en las periferias, y con escasez de servicios e infraestructuras en una nueva zona potencial de desarrollo conectada al resto de la ciudad. La crítica es que en este proceso de modernización la prioridad ha sido "limpiar la imagen" de la ciudad de Barcelona que se puede ver afectada por las condiciones de los barrios periféricos. En el caso Bon Pastor las casas baratas no podían permanecer en medio de la nueva área de centralidad generada por la estación del AVE de la Sagrera, el centro comercial de "La Maquinista" y la ribera del Besós remodelada. El colectivo criticaba el convencimiento de que el progreso consiste en que todos los habitantes de la ciudad alcancen igualdad de condiciones en un barrio integrado y conectado a la Barcelona contemporánea renovada a través de la desaparición de la "ciudad horizontal obrera" (VV. AA, 2012: 6) eliminando todos los aspectos de memoria colectiva y forma de vida que conlleva.

Durante la explicación de una casa salió de repente a un volumen muy alto música flamenca y me acerqué con el objetivo (min. 10.05). La mayoría de las personas que se acercaban a nosotros o seguían viviendo por allí eran personas mayores (min. 10.23). Mientras el arquitecto nos hablaba un grupo de jóvenes sentados en la entrada de una casa se dirigió hacia nosotros de manera agresiva y nos insultó desde lejos. Esa parte no la pude grabar, un hecho que demostraba como la presencia del grupo de investigadores en el barrio no estaba pasando desapercibida. Tampoco pude grabar la presencia de algunos coches de alta gama que chocaban con la imagen de barrio pobre, marginal y periférico que se estaba dando. Hubo diferentes tipos de reacciones desde un interés por la presencia del grupo y la voluntad por parte de los vecinos de presentar sus viviendas, –algunos invitaron a los presentes a entrar en las casa– hasta comportamientos hostiles como si estuviéramos ocupando de una manera ilegítima el espacio común.

En la tercera parada se habló del imaginario de los habitantes del barrio y de los mismos miembros del colectivo con respecto a la idea de vida en el barrio y a la manera de enfrentarse al cambio urbanístico y social en Bon Pastor. Una historiadora, otra componente del colectivo, decidió hablar delante de una casa en la que su inquilino, un hombre mayor, estaba apoyado en una pared acariciando a un gato. El hombre no se movía de allí, parecía pertenecer al entorno (min. 11.21) pero nos echaba de continuo

miradas. La historiadora no pareció darse cuenta de él. Desde un punto de vista visual es interesante la posición de ambos sujetos. El hombre en el fondo apoyado en la pared de su casa, dándole el sol. La historiadora en la sombra en un plan más cercano pero dando las espaldas al vecino (min. 11.41). Y la imagen resulta en contraposición a lo que dice la historiadora "(…) frente a la administración, a los medios de comunicación y al resto de Barcelona que durante los últimos años les ha desconocido, les ha ignorado, valorizarlo (la manera de vivir de algunos vecinos de las casas baratas) hacia fuera y valorizarlo hacia dentro (…)" Una manera muy diferente de interactuar respecto a la del arquitecto de la primera parada. Justo en ese momento llegó una mujer que viendo el grupo se llevó al hombre a su casa (min. 12.18) dejándonos solos.

En la cuarta parada, otra arquitecto, puso el acento en la importancia de la casa y nos explicó con mayor detalle el concurso "Repensar Bonpastor" que se ha llevado a cabo entre 2009 y 2011. Se trataba de un concurso de ideas que ha sido la actividad del colectivo más reconocida y de mayor resonancia nacional e internacional. Promovido por la Alianza Internacional de Habitantes (AIH), consistía en presentar propuestas para una remodelación participativa y con cero desalojos del barrio de Bon Pastor y tenía como objetivo principal elaborar un dispositivo nuevo de intervención urbana abriendo un espacio de debate, reflexión y aprendizaje colectivo sobre la transformación urbana de Bon Pastor. Los proyectos seleccionados tenían que respetar el patrimonio social, histórico y arquitectónico de las casas baratas, suspender los desalojos forzosos, involucrar realmente los habitantes en la decisión sobre el barrio y plantear la interdisciplinariedad de la propuesta. Los trabajos presentados se han basado en un análisis socio-cultural del barrio y han reflexionado sobre el Plan de Remodelación. Se ha subrayado la necesidad de una colaboración interdisciplinaria continua en los procesos de transformación urbana que considere el espacio y la vivienda no sólo como un lugar físico, sino, más bien, como una construcción social y cultural que permita mantener la identidad de la comunidad y expresar su diversidad (Tapada, 2002). Las propuestas buscaban una colaboración entre los habitantes y el Ayuntamiento, sin formas de autogestión y autoconstrucción, como las practicadas durante años por parte de los vecinos, y sin la imposición desde lo alto, por las instituciones, de decisiones que no tenían en cuenta de la memoria histórica del lugar y de las personas que vivían en las zonas afectadas por la intervención. Los proyectos apuntaban hacia la recuperación de la memoria colectiva y a una mayor valorización y formación de los vecinos para una participación constructiva en los procesos decisionales sobre el barrio.

Según el colectivo la repercusión del "Concurso de ideas" dentro del barrio ha sido menor de la esperada y, en cambio, fuera del barrio, en ámbito académico e internacional, ha sido muy positiva en términos de interés y participación. Ha permitido ampliar la red de personas y movimientos que intentan proponer alternativas a los planes urbanísticos oficiales y a la manera de gestionar la ciudad. Sin embargo, el aspecto negativo fue la acogida fría por parte de los vecinos y las diferentes y opuestas posiciones entre los habitantes del barrio. Otro problema ha sido la percepción por parte de los vecinos de un grupo de trabajo que venía desde fuera y del interés que podían tener en Bon Pastor. Al principio el colectivo intentó ponerse en una posición de mediación entre los diferentes grupos y asociaciones vecinales pero acabó siendo un punto de referencia y de apoyo sólo de los grupos que estaban en contra del Plan. La relación con las instituciones tampoco ha sido satisfactoria porque el colectivo ha sido percibido como un elemento perturbador ajeno a las problemáticas del barrio que se movía más bien por razones ideológicas que concretas. Con respecto al "Concurso de ideas" los miembros del colectivo se han sorprendido por la actitud de varias instituciones del barrio, como las escuelas o los servicios sociales, que no han mostrado ningún interés en participar en el debate justificando el Plan y deslegitimando las voces disidentes y tachándolas de nostálgicas o ajenas al barrio. De este modo el colectivo "Repensar Bonpastor" denunció la indiferencia de las instituciones y el funcionamiento de la maquinaria legitimadora del Plan de Remodelación.

Durante la explicación estuvimos delante de una fila de casas baratas en frente de una zona descampada llena de matorrales donde antes había otra fila de casas que ya habían sido demolidas. Nada más llegar, nos acogió una vecina del barrio, acompañada por una niña, y nos atacó verbalmente pensando que éramos personal del ayuntamiento o de las obras (min. 14.06). La señora se quejaba por las condiciones de abandono del espacio delante de su casa que estaba vacío, sucio, lleno de excrementos y de ratas. Toda la zona se configura como un lugar de transición que está a la espera de la continuación de las obras y que hace difícil la vida a los vecinos que siguen viviendo en las casas baratas. En estas áreas el tejido urbano se degrada y a menudo se observan problemas entre los mismos vecinos que entran en competición para la asignación de los pisos. De hecho las condiciones de realojamientos se negocian individualmente y, de esta manera, aumentan las divisiones y los enfrentamientos entre

los habitantes del barrio. Visualmente en esta parada damos las espaldas a las casas baratas a punto de ser derribadas y también a los nuevos bloques de pisos que se observan en el fondo (min. 14.48). Ya no pasan personas por ahí, excepto una señora mayor frente a nosotros caminando sin levantar la mirada hacia el grupo (min. 15.48).

En la última parada otra miembro del colectivo describió el impacto y la repercusión que el concurso de ideas y la acción del colectivo tuvieron dentro y fuera del barrio. Nos comentó las dificultades encontradas en las actividades realizadas en el barrio –desconfianza de algunos vecinos, polarización de grupos vecinales a favor o en contra del Plan, la imposibilidad de ser escuchados por la administración– y también el rol del colectivo dentro del proceso de transformación urbanístico. Se observan más banderas españolas (min. 16.40) y otras catalanas en los bloques nuevos (min. 17.56). El punto de charla es una zona al límite entre las casas baratas y las nuevas construcciones. Aquí otros vecinos se pararon a escuchar sin interrumpir lo que estaba contando la arquitecto (min. 18.12; 18.37 y 18.55).

El recorrido terminó donde había empezado, en la biblioteca, donde entre todos los participantes al itinerario se debatieron los distintos temas de lo visto y escuchado durante la jornada. Uno de los aspectos que surgió de la conversación fue el uso escaso y el aislamiento mediático para promocionar el trabajo del colectivo y la realidad del barrio. Con respecto a los medios de comunicación el colectivo reconoció que habían estado, muy poco comunicativos con los periodistas, por incapacidad pero también por desconfianza. Nunca apostaron por una comunicación a través de televisiones y periódicos. El concurso consiguió viajar por su cuenta a través de una red que lo movió por su contenido. Un miembro del colectivo afirmó que la escasez de periodistas y medios de comunicación era debido a experiencias anteriores que tuvieron con periodistas y fotógrafos, ya que las veces que intervinieron para hablar del Bon Pastor fue para filmar a los vecinos y reportar las imágenes estereotipadas de un barrio marginal sin contar con todas sus facetas en conflicto que se estaba generando y viviendo en el barrio. También señaló que algunos periodistas se habían interesado personalmente en la problemática pero no se pudieron publicar porque la línea editorial del periódico estaba en contra en cuanto había que dar una imagen establecida que era diferente de la realidad narrada. En las palabras de un miembro del colectivo "si se afirma que el plan está fantástico y en contra hay solo cuatro marginales, la foto tiene que ser de cuatro marginales".

Una vecina del barrio que había participado en el recorrido puso el acento en la participación de la gente. También en este caso el colectivo subrayó la diferencia y la pérdida de significación de la palabra "participación" que el "Modelo Barcelona" utilizó para crear consenso alrededor de su estrategia económica y política. Uno de los intentos del concurso fue el de volver a una participación horizontal que necesitaba poner como protagonistas a los vecinos del barrio. En cambio lo que faltó fue justamente la unión entre los habitantes del barrio y una visión común de los problemas y de posibles alternativas. Según la vecina, la causa de esta fractura fue la política del Ayuntamiento de Barcelona que logró dividir a la gente y destrozar todos los lazos y relaciones vecinales, prometiendo las nuevas viviendas sin informar adecuadamente sobre las posibles consecuencias, como la subida de los alquileres o las dificultades para pagar una hipoteca. Gente que era amiga pasó a ser enemiga.

Otro elemento de discusión fue el aislamiento del colectivo respecto a otra entidades públicas y privadas. El "Repensar Bonpastor" no consiguió, y a menudo no quiso, involucrar a otras fuerzas o entidades sociales, como políticos, sindicalistas, periodistas, etc. Se han justifican afirmando que en la lucha contra el "Modelo Barcelona" se enfrentaron a una serie de acuerdos políticos y conceptos sociales, tales como el hecho de que la clase obrera sea propietaria o que no haya vivienda social, donde la administración había conseguido llegar a un consenso muy amplio. Al colectivo no le quedó más remedio que intentar llegar a un acuerdo con todos los que se habían quedado fuera de ese consenso que, además, era algo muy fragmentado. La relación con lo institucional, por otra parte, fue difícil porque la mayoría de las entidades sociales estaban vinculadas a la administración. Según un miembro del colectivo "mojarse en un conflicto significa enfrentarse a la misma administración que te mantiene". Tampoco hubo posibilidades de contar con otros partidos o representantes políticos porque en Barcelona la oposición estaba de acuerdo con este modelo de ciudad y parecía existir un pensamiento único. Otra componente del Bonpastor afirmó que "con los políticos no hay una voluntad de diálogo porque parten del hecho de que eres un loco porque nadie puede cuestionar ese modelo fantástico, democrático, participativo, y si alguien está en contra de esto, un político no tiene porque escuchar". En el barrio, el colectivo llegó a ser culpado de haber creado conflictos que se consideraban como ausentes antes de su llegada. Con el concurso el colectivo intentó dialogar con la administración pero, según ellos, no estaba contemplada la posibilidad del disenso que tenía que ser silenciado, aplastado y etiquetado. En consecuencia el colectivo se puso casi en una posición de lucha de resistencia.

El encuentro se concluyó con la intervención de la profesora Paola Berenstein Jacques de la Universidad Federal de Bahía. Según la profesora la política social y habitacional de la ciudad de Barcelona es muy compleja y no está para nada polarizada. En cambio, el discurso movido por el colectivo está en contra o a favor de un modelo, un discurso polarizado que no permite entender la complejidad de la situación y la contraposición a un modelo que supera la problemática del barrio en el que el colectivo se vio involucrado más allá de su voluntad. Para la Berenstein el colectivo tendría que encontrar otras formas y estrategias para proponer su alternativa y demostrar que no hay un pensamiento único, sin tener que recurrir a un enfrentamiento conflictivo con la administración. La profesora sugirió el método de la espectacularización del disenso para sensibilizar a los vecinos sobre el conflicto en curso y para tomar conciencia de las diferentes dinámicas y relaciones de poder que existen con respecto al barrio del Bon Pastor.

4. Conclusiones del recorrido

Con la conclusión del recorrido y del debate con el colectivo "Repensar Bonpastor" se han evidenciados algunos elementos del conflicto. Por un lado hay una administración que, legitimada por un consenso muy amplio entre vecinos y entidades sociales del barrio, no quiere escuchar voces disonantes y, a menudo, las silencia, persiguiendo el propio objetivo. Al otro lado se queda un mundo muy fragmentado que no consigue buscar alternativas válidas y que a veces sigue solamente sus intereses. Un ejemplo es el caso de los habitantes del barrio que en principio querían realojarse en los pisos y convertirse en propietarios y que, con la llegada de la crisis y los problemas económicos, no pudiendo pagar la hipoteca, han acusado a la administración de no haber dado toda la información necesaria. Uno de los protagonistas de este conflicto es el colectivo "Repensar Bonpastor" que animado por una inquietud de participación y de lucha contra los modelos vigentes se ha implicado en buscar una posible mediación y solución. El colectivo no ha conseguido, y a veces no ha querido, relacionarse a otras partes sociales ni con los medios de comunicación de manera que toda la información de las actividades organizadas por el "Repensar Bonpastor" pasaban por canales informativos alternativos y las redes sociales. A pesar de pensar en el concurso como una forma creativa para superar el conflicto, el problema mayor al que se ha enfrentado el Repensar Bonpastor ha sido el de quedarse involucrado, más allá de su voluntad, en una dinámica de contraposición y de resistencia a un modelo que supera el problema del barrio Bon Pastor.

Durante el encuentro por el Bon Pastor he utilizado la cámara de vídeo para documentar y observar el itinerario. El vídeo me ha servido para un primer acercamiento al caso objeto del estudio y para sentar las bases de una posible investigación. Un análisis de una situación social mediante un acercamiento visual es más fácil con los grupos o personas para los que la utilización de las imágenes resulta más familiar. Algunos autores sugieren que la imagen es especialmente pertinente en los estudios de grupos de jóvenes y subculturas (Hodkinson, 2002) o para los que se definen nativos digitales que estarían naturalmente habituados a vivir de la tecnología y de la imagen (Prensky, 2001: 2). Hay eventos que son más susceptibles que otros para el uso de estos instrumentos como por ejemplo en las manifestaciones de protesta política o en otros eventos masivos (Riveros y Cifuentes, 2011: 3.091) en las que la utilización de vídeos y fotografías incrementan la cantidad y calidad de la información recogida. En las investigaciones sobre una manifestación se pueden incluir las expresiones faciales o las pancartas utilizadas (Flórez-Morris y Tafur, 2010: 5) que difícilmente se podrían registrar utilizando instrumentos más tradicionales.

Sin embargo, si es cierto que es más fácil utilizar el instrumento audiovisual con los grupos más acostumbrados o durante eventos que presentan una gran riqueza visual, he averiguado que se puede utilizar el vídeo también con los grupos o personas menos acostumbrados a este medio que, de todos modos, están impregnados de lo visual ya que viven en un mundo hipervisual. He utilizado la cámara en un centro de atención a drogadictos principalmente con jóvenes en el reportaje "*Crescere Insieme*" (Rossano, 2005), en un centro de salud mental con todo tipo de edades en el documental "*Stati d'ansia*" (Rossano, 2008) y también con personas mayores en "*Memorie di te*" (Rossano, 2008). Además la imagen es importante no sólo en la interacción con los sujetos del estudio sino también en la observación y percepción de elementos que, a primera vista, el ojo no capta. Me he acercado al itinerario, y al conflicto, del barrio Bon Pastor intentando captar, mediante el uso de la cámara de vídeo, la mayoría de datos y acontecimientos posibles, un tipo de observación importante para descubrir lo que no se ve a simple vista (Hall, 1990: 6) y que necesita ser profundizada para analizarla bien: "no es una simple cuestión de mirar cercanamente, sino una cuestión de traer conocimientos sobre la imagen" (Banks, 2001: 3).

El instrumento audiovisual durante el recorrido se ha utilizado de diferentes maneras. En primer lugar la grabación del vídeo ha sido útil para recoger datos generales sobre los acontecimientos y el contexto urbano. Para profundizar más los distintos aspectos

surgidos y visualizados serían necesarias otras visitas y grabaciones al barrio y entrevistas a las partes involucradas en el conflicto. Un ejemplo concreto de un documental realizado sobre el Bon Pastor es el del politólogo francés Yann Maury (2011) interesado más en aspectos urbanísticos que utiliza el vídeo según los cánones más tradicionales del documental: voz en off narradora, contextualización histórica del lugar y de los acontecimientos, varias entrevistas paralelas a diferentes habitantes del barrio, etc.

El vídeo que he realizado, en cambio, no es un trabajo finalizado. Sin embargo de su análisis sobresalen algunos elementos: el vídeo cómo simple observador de la realidad narrada. Es el caso de la primera etapa en la que he utilizado la cámara para escuchar la historia del barrio contada por el arquitecto. El vídeo que participa en el acontecimiento: en esta misma etapa he podido interactuar con un habitante del barrio mediante unas preguntas directas a través de la cámara. También son interesantes los elementos captados por el vídeo que merecen una ulterior profundización. Por ejemplo el tema de las banderas españolas y catalanas podría ser un aspecto del conflicto, o no, que sería interesante averiguar. A través del vídeo, y más precisamente del análisis de algunos encuadres –el de la historiadora que da las espaldas al hombre mayor apoyado en la pared de su casa–, se ha podido especular sobre una dificultad de comunicación entre los miembros del colectivo "Repensar Bonpastor" y algunos vecinos del barrio, algo confirmado por las palabras de otros miembros del grupo. Todas hipótesis que surgen de la grabación y que se tendrían que confirmar a través de una investigación específica. De esta manera se puede utilizar el elemento audiovisual para una diferente forma de comunicación del conflicto en curso en el barrio Bon Pastor mediante una posición tercera externa a los intereses implicados en el conflicto pero activa y con su propio punto de vista en cuanto que detrás del objetivo está el ojo del investigador.

5. Bibliografía

Aguilar Ibáñez, M. J. (2006). *Nuevas fronteras teóricas y metodológicas en la investigación social: aplicaciones de la sociología visual y la investigación-acción-participativa en el campo de las migraciones*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza, Escuela Universitaria de Estudios Sociales, p. 20.

Banks, M. (2001). *Visual Methods in Social Research*. Gran Bretaña: Sage Publications.

Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

Bromberger, C.; Hayot A. y Mariottini, J. M. (1995). *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turín*. París: Éditions de la MSH.

Buxó, M. J. y de Miguel J. M. (Eds.) (1999). *De la investigación audiovisual. Fotografía, cine, vídeo, televisión*. Barcelona: Proyecto A Ediciones.

Castells M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.

Chaplin, E. (1996). *Sociology and Visual Representation*. Londres: Routledge.

Ealham, C. (2005). *Anarchism and the City. Revolution and Counter-revolution in Barcelona, 1898-1937*. Oakland (CA): AK Press.

Echavarren, J. M. (2010). "Sociología visual: la construcción de la realidad social a través de la imagen", en *Fundación Centro de Estudios Andaluces*. Sevilla: Consejería de la Presidencia. Junta de Andalucía S2010/02, pp. 1-13.

Florez-Morris, M. y Tafur, I. (2010). "Using Video Production in Political Science Courses as an Instructional Strategy for Engaging Students in Active Learning" en *Journal of Political Science Education*, 6: 3. Londres: Taylor&Francis, pp. 315-319.

Gallardo, J. J. (2000). *Los orígenes del movimiento obrero en Santa Coloma de Gramenet. El anarcosindicalismo (1923-1936)*. Santa Coloma de Gramenet: Grupo de historia José Berruezo.

Hall, E. T. (1990). *The Hidden Dimension*. Nueva York: Anchor Books Doubleday.

Hodkinson, P. (2002). *Goth: identity, style, and subcultura*. Oxford: Berg.

Maury, Y. (2011). *Bon Pastor, un éco quartier à démolir?*. Lyon: ENTPE y Université de Lyon. Consultado en http://www.youtube.com/watch?v=3FsLQg-XTZQ

Monnet, N., Tapia, M.; Sánchez García, J., García Ferrer, R. y Rossano, M. (2013). "Miradas cruzadas: observaciones, entendimientos y representaciones en torno a las dinámicas urbanas contemporáneas", en *Biblio 3W* Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales, [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 15 de octubre de 2013, Vol. XVIII, nº 1045. Consultado en http://www.ub.es/geocrit/b3w-1045.htm

Ortega Olivares, M. (2009). "Metodología de la sociología visual y su correlato etnológico" en *Argumentos* (México) Num. 59, Vol. 22, pp. 165-184.

Prensky, M. (2001). "Digital Natives Digital Immigrants" en *On the Horizon,* Vol. 9, No. 5, Octubre. Bradford: MCB University press, pp. 1-6.

PVCE -Plataforma Veïnal Contra l'Especulació- (2005). *Resultados de las encuestas en las Casas Baratas de Bon Pastor*. Consultado en http://bonpastordoc.wikispaces.com/file/view/ 05_anthropos.rar

Riveros Clavijos, J. A. y Umaña Cifuentes, M. A. (2011). "Apuntes metodológicos para una sociología visual del siglo XXI" en *X Congreso Nacional de Sociología, Herencia y ruptura en la sociología colombiana contemporánea*. Cali: Universidad ICESI, pp. 3090-3100.

Rossano, M. (2005). *Crescere Insieme*. Nápoles: Filù Production.

—. (2008). *Stati d'ansia*. Nápoles: Filù Production.

—. (2008). *Memorie di te*. Nápoles: Mr Production.

Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida.* Madrid: Taurus.

Tapada, M. T. (2002). "Antropología, vivienda y realojamiento urbano: la necesidad de diseños arquitectónicos más flexibles y adaptados" en *Gitanos, pensamiento y cultura*, nº16. Madrid: Fundación Secretariado General Gitano, pp. 1-6.

VV.AA (2012). *REPENSAR BONPASTOR: un concurso de ideas para una remodelación participativa y con cero desalojos de un barrio popular de Barcelona.* Consultado en zoohaus.net/WP/…/ REPENSAR-BON-PASTOR-RESULTADOS.pdf

"CIUDAD HALAL", UNA NUEVA FORMA DE COMUNICAR LA CIUDAD

Pilar Sánchez González
Universidad Complutense de Madrid

Mª del Carmen de la Orden de la Cruz
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid

Graciela Padilla Castillo
Universidad Complutense de Madrid

1. Introducción

El Marketing que un ayuntamiento realiza en su ciudad es un claro exponente de la comunicación que lleva a cabo. Ser diferente es una garantía de éxito. La microsegmentación está consiguiendo descubrir valores que antes no eran considerados. Nos encontramos ante una nueva situación institucional y empresarial. En ella, la planificación y perspectiva de comunicación es "glocal": planificación global con adaptación local. Por lo tanto, ya no es suficiente parametrizar el Marketing con las variables tradicionales. Es importante buscar alternativas. Nosotras creemos que la Religión es una de ellas. Concretamente, estudiamos el Islam porque los musulmanes entienden su religión como una forma de vida y comen, viajan, disfrutan y compran de forma diferente.

Nuestro país, con 60,6 millones de turistas recibidos en 2013 (Instituto de Turismo en España, 2013), es la cuarta potencia mundial en recepción de turistas. Sólo nos superan Francia, Estados Unidos y China. Si queremos ser competitivos y escalar algún puesto en dicho ranking, deberíamos apostar por la innovación, la diferenciación en la oferta y la búsqueda de un servicio excelente, con el objetivo de conseguir la fidelización necesaria para convertirnos en los mejores. Disponemos de estructura, historia, recursos y climatología. Únicamente, nos falta la elaboración de estrategias diferenciadoras. El Turismo *Halal* puede ser uno de esos contrastes, porque además, rescata una parte muy importante del pasado del país: ocho siglos de presencia musulmana. Trae ese pasado a nuestras ciudades, donde quedó una mayor huella de aquella época. Así, este nuevo concepto de turismo se convierte en una oportunidad de negocio.

En España, apenas hay unas cuantas ciudades que ya tienen esa sensibilidad: la de adecuar su oferta de acciones a los musulmanes que las visiten o que habiten en ellas. En otros países, esta posibilidad está mucho más consolidada y cuentan con gran proyección empresarial. No podemos olvidar que, aproximadamente, hay 1.600 millones de musulmanes en el mundo, es decir, un 25% de la población (Romero, 2014). En 2020, DinarStandard (2012) estima que el 14% de los viajes serán realizados por turistas musulmanes. En España, nos encontramos en lo que hemos denominado "año cero" del proyecto de implementación.

Además del Turismo Halal, nuestras ciudades, como consecuencia de las migraciones, son cada vez más un mixto de etnias y religiones. Por tanto, las instituciones han de tener en cuenta este valor diferenciador y adecuar sus estrategias a la nueva realidad de sus ciudadanos.

Por todo lo anterior, y partiendo de la descripción académica, este trabajo pretende analizar la relación entre ciudad e Islam, considerando la religión como la variable imprescindible para adecuar las acciones de comunicación a una nueva realidad: la del siglo XXI.

Somos conscientes de la dificultad que supone el estudio de los valores del "alma" y, de hecho, suele maquillarse su interpretación. Sin embargo, queremos acercarnos, con humildad, al estudio

de la Religión como posible nexo que enlace la ciudad a sus ciudadanos e intentar conseguir que nuestros estudiantes, los futuros decisores como ciudadanos, puedan ejercitar la reflexión desde la alteridad.

Por ahora, partimos de una revisión bibliográfica académica, sobre el estado de la cuestión, los principales autores que han estudiado y analizado la relación entre Cultura, Religión y Consumo y las publicaciones de impacto sobre el asunto. Y a partir de los resultados, realizaremos una investigación cuantitativa, entre abril y mayo de 2014, para contrastar las hipótesis de partida

2. Orígenes de la unión religión-turismo-ciudad

"Una ciudad que es pensada, será disfrutada", podría ser un eslogan pero no lo es, al menos, de momento. Es una frase que hemos meditado y supone que los actores y decisores de una ciudad tienen que ser conscientes de la adecuación de sus acciones a la nueva realidad, la que corresponde a la mezcla de etnias y religiones y, por ende, a la diversidad. Creemos, por tanto, que las religiones de los ciudadanos han de ser consideradas. La cultura de un pueblo pasa por la integración de las diferentes religiones de sus ciudadanos en su estructura social.

Sobre la base de la búsqueda de una definición de *cultura* actual y partiendo de que para muchos autores, la cultura es "socialmente conservadora", preferimos recurrir a las palabras de Bauman que decía así:

> Bordieu con la distinción puso patas arriba el concepto original de "cultura" nacido con la ilustración y luego transmitido de generación en generación. El significado que describía, definía y documentaba Borideu estaba a una distancia remota del concepto de "cultura" tal como se lo había modelado e introducido en el lenguaje corriente durante el tercer cuarto del siglo XVIII.
>
> De acuerdo con su concepto original, la "cultura" no debía ser una preservación del statu quo sino un agente de cambio; más precisamente, un instrumento de navegación para guiar la evolución social hacia una condición humana universal (Bauman, 2013: 13).

Creemos, como Bordieu y Bauman, que este cambio constante configura una nueva realidad cultural. Es fruto de los movimientos migratorios y de la percepción de que el mundo se ha convertido en un mercado global. Hoy, la cultura no consiste en prohibiciones, sino en ofertas. No consiste en normas, sino en propuestas. Tal como señaló Bordieu, la cultura se ocupa de ofrecer tentaciones y establecer atracciones, con seducción y señuelos, en lugar de reglamentos; con relaciones públicas, en lugar de supervisión policial: produciendo, sembrando y plantando nuevos deseos y necesidades, en lugar de imponer el deber. La cultura de hoy no sólo conserva el estado presente, sino la abrumadora demanda de cambio constante. Podría decirse que sirve no tanto a las estratificaciones y divisiones de la sociedad, sino al mercado de consumo orientado por la renovación de existencias. La nuestra es una sociedad de consumo: en ella, la cultura, al igual que el resto del mundo experimentado por los consumidores, se manifiesta como un depósito de bienes concebidos para el consumo (Bauman, 2013: 19).

Partiendo de este nuevo concepto de cultura universal del consumo y teniendo en cuenta que una ciudad ha de "programar" sus acciones para sus ciudadanos, nos preguntamos cuáles son las variables que tendrán que considerar los profesionales de Comunicación y del Marketing a partir de ahora. La "búsqueda del futuro ciudadano-cliente" continúa demandando nuevos análisis, mucho más pormenorizados, de su realidad. Atrás quedaron segmentaciones con variables básicas: edad, sexo, nivel de estudios, nivel cultural, etc. Se impone la máxima personalización de las acciones. Si el cliente no las siente como suyas, no compra el producto. Si el ciudadano o turista no se identifica con ellas, no "vive" o visita la ciudad plenamente.

Es el momento del cambio. Ni los clientes, ni las empresas, ni el mercado son iguales a como eran hace unos años. Los movimientos de población han provocado la mezcla multicultural. Las personas se desplazan de barrios, municipios, regiones, países y continentes, buscando una nueva vida: "En une année, plus de 213 millions de personnes vivent durablement sur une terre qui n'est pas celle d´origine" (United Nations. Departmente of Economic and Social Affairs, Population Division. Banon, 2012: 271).

Si nos centramos en el Islam y hablamos de Turismo, DinarStandard (2012) estima que el 12,3% del gasto en turismo es realizado por musulmanes, lo que asciende a 126.100 millones de euros, y prevé un ritmo de crecimiento del 4,8% hasta el 2020, superior al crecimiento medio del sector, que se sitúa en el 3,8%. Asimismo, en su informe, señala que la comida *halal* es el factor más importante para el turista musulmán, con un 67% de las respuestas, frente otros factores como el precio 53%. En este sentido, la industria *Halal* está valorada en dos billones y medio de dólares anuales –un tercio se debe a la comida *halal*– y se espera que alcance los 10 billones, en 2030 (Guerrero Blanco, 2014).

3. ¿Por qué religión y ciudad en España?

Los datos anteriores avalan nuestro trabajo y es el momento de considerar la religión islámica como variable estratégica diferenciadora en nuestras acciones de Comunicación y Marketing. La religión desempeña un papel muy importante en la cultura de la humanidad. Cultura y religión se influyen mutuamente. La religión da forma a los sistemas de creencias y prácticas que se inscriben en la cultura particular que le corresponda. La cultura, por su parte, influye sobre los modos de prácticas, la integración religiosa y las creencias necesarias para llevar a cabo sus rituales en la vida social. No hay cultura que actúe ajena a una religión, sea de una forma directa o indirecta. Y no hay cultura desarrollada sin el adecuado entendimiento de su religión (Parekh, 2005 y Sánchez y Padilla, 2013: 450).

La religión, en sí misma, pretende aunar la realidad de la humanidad con la realidad universal. Por tanto, el que se profesen unas creencias religiosas sirve para legitimar y conservar la realidad de una sociedad. Se convierte en catalizador y herramienta de transformación de la propia cultura de la sociedad que acoge, pudiendo contribuir a la cohesión del conjunto de la sociedad (Garreta, 2003). De hecho, la sociedad, la religión y su cultura están estrechamente interrelacionadas.

En el inicio de nuestra investigación, queremos analizar, en primer lugar, la importancia que tiene el hecho religioso en la comunidad inmigrante dado que la mayoría de los musulmanes que lo son en España provienen de la inmigración. Nuestro trabajo se centra en la realidad española. Creemos que es imprescindible el análisis de la relación religión-integración para poder diagnosticar pautas de consumo.

Como señala Bravo (Bravo, 2012: 158), para la población inmigrante, la religión cumple unas funciones distintas de las puramente religiosas, aunque éstas sigan siendo las más importantes, e incidan positivamente en su proceso de integración. En el lugar de culto, encuentran paz y sosiego en momentos de dificultad, a consecuencia del tránsito migratorio; reciben consejo sobre las cuestiones de la vida; y encuentran y se reúnen con personas de su tierra. La religión adquiere un mayor protagonismo en la vida de las personas cuando éstas se encuentran en una situación de minoría social y cuanto más difícil sea la integración en la nueva sociedad, más importante es la obtención de estima y autoestima a partir de recursos propios. En el caso del Islam, si la ciudad en la que habitan se considera "ciudad halal", la integración de dichos inmigrantes será mayor.

En muchas ocasiones, el consumo de productos identificados con el grupo de pertenencia les ayuda a sobrellevar la situación de minoría y a mejorar la identidad de consumo. Pensamos que la religión supone una identidad simbiótica entre la persona y su alma, y que le hace comportarse, en los momentos de toma de decisiones comerciales, de una forma específica y diferenciada.

Desde esta perspectiva de estudio, nos proponemos analizar la situación de la religión en España. En este momento, el Estado español clasifica las confesiones religiosas en cuatro grupos. En el primer grupo, se hallaría la Iglesia Católica, ya que es la que más fieles posee. En un segundo grupo, estarían las que han firmado acuerdos con el Estado, como son las religiones musulmana, judía y evangélica (o protestante). En un tercer grupo, se encuentran las religiones denominadas de "notorio arraigo", como son las de los mormones, los ortodoxos y los testigos de Jehová. Por último, existen otras religiones con menor representación en España, como podrían ser los odinistas o la iglesia de la cienciología.

A todas estas religiones, les afecta el artículo 16 de la Constitución de 1978, en el que se consagra el principio de libertad religiosa y de culto; así como la Ley Orgánica 7/1980, de 5 julio, de libertad religiosa que desarrolla el mencionado artículo 2b) y reconoce el derecho de las Iglesias, Confesiones y Comunidades religiosas a conmemorar sus festividades, celebrar sus ritos matrimoniales, recibir una sepultura digna y recibir enseñanza religiosa (Vela y Ballesteros, 2011: 367).

En este trabajo se ha tomado como referencia una de las tres religiones de Libro, el Islam, por varios motivos: evidentemente, por la cercanía de raíces culturales. España, históricamente, ha sido tierra habitada por judíos, moros y cristianos, y la historia y el patrimonio cultural del país están plagados de referencias mestizas-mozárabes, sefardíes y mudéjares, que hablan de esa mezcla de cultura. Juderías y morerías son habituales en muchas ciudades y pueblos de España. Y el mismo lenguaje castellano está cargado de términos provenientes de dichas culturas (Vela y Ballesteros, 2011: 362).

Un segundo motivo son las características propias, ya que es una de las religiones más claras y precisas en cuanto a dogmas y normas que influyen en la forma de vida de sus creyentes. Por último, un tercer motivo, es económico, ya que la crisis está provocando que muchas de nuestras empresas e instituciones se vean en la necesidad de buscar nuevos nichos de mercado mucho más específicos, micro segmentados y que se planteen la posibilidad de convertirse en empresas internacionales, en el

caso de las ciudades de pseudo multinacionales. Éstas tienen que dirigir sus estrategias hacia otros mercados, de países con los que mantenemos relaciones empresariales, bien por proximidad física o cultural: Marruecos, Túnez, Arabia Saudí. O bien porque, en estos momentos, son países con una riqueza energética y económica de tal magnitud que son lo suficientemente interesantes para intentar posicionarnos en ellos. Nos referimos, por ejemplo, a Qatar o Malasia. Todos son países que, de diferentes formas, profesan el Islam. Las empresas e instituciones españolas deberían conocer sus preceptos básicos para relacionarse mejor con ellos ya que constituyen, según nuestro criterio, una alternativa económica y turística nada desdeñable.

Tal como sostienen los islamólogos Mohamed Bahige Mullá y Abdelouahab Atta (Padilla y Sánchez, 2013: 450-451), el Islam consta de tres elementos. (i) Fe y culto: son particularidades personales que ocupan el espacio más restringido. El culto mismo se divide en culto a Dios en reconocimiento a Su Unicidad (oraciones y peregrinación) y culto a dios (Ortopraxia), que es todo acto cívico realizado al servicio de la sociedad para agradar a Dios. El Islam es, ante todo, una religión social cuyo objetivo primordial es preparar al ser humano para desenvolverse sanamente en la vida de este mundo. (ii) El Derecho o *Sharia*: es el conjunto de disposiciones legales; muy parecidas a lo que llamamos marco legal y, por tanto, abierto a incluir innovaciones contextuales de tipo legislativo que regulan la vida pública siempre y cuando no violen la base y el espíritu del Islam. A nivel colectivo, tiene valor normativo sólo en un país que la adopte como ley vigente y, por lo tanto, no nos concierne en España. Y (iii) el Mensaje es el tercer elemento básico. El conjunto de valores normativos que no difieren mucho de la escala de valores universales y que tiende a establecer una base sólida para el desarrollo de la sociedad humana.

Una vez analizados brevemente los principios del Islam, veamos cómo se define la realidad de los musulmanes en nuestro país. De los 16 millones de musulmanes que viven en Europa (Roy, 2012), aproximadamente, y según la Unión de Comunidades Islámicas de España (2013), hay 1,7 millones de musulmanes. Planet (2008) destaca que el 70% de los musulmanes que se declaran como tales, en nuestro país, son inmigrantes. Señala el colectivo marroquí como el grupo más numeroso, seguido, en este orden, por argelinos, paquistaníes, iraníes, libaneses, sirios y tunecinos, entre otras nacionalidades. El 30% restante son españoles, e incluye a los que han obtenido la nacionalidad española y a los españoles que se han convertido al culto islámico.

Creemos que estos datos sobre la inmigración, a día de hoy, variarán como consecuencia de la crisis económica, que ha provocado que muchos inmigrantes regresen a sus países de origen. Por otro lado, y como consecuencia de los conflictos bélicos, suponemos que han llegado a España más inmigrantes musulmanes con categoría de refugiados. De cualquier forma, y dado su carácter de ilegalidad, no podemos disponer de datos fidedignos más recientes.

Para Losada (Losada, 1995: 189-199), se pueden diferenciar cuatro corrientes del Islam en España: (i) Practicantes instalados: Son los inmigrantes de la primera generación que, en general, intentan evitar asimilarse a la sociedad de acogida. (ii) Musulmanes de segunda generación: Aquellas personas que no rechazan la cultura ni la religión de sus padres y se adaptan al modo de vida occidental, buscando una adecuada integración en la sociedad de acogida. (iii) Musulmanes islamistas: Con una preparación negativa en cuanto a la emigración de su país, debido al miedo, a la asimilación y a la pérdida de su identidad religiosa y (iv) Musulmanes sociológicos: Con una referencia al Islam cultural más que al Islam de culto.

Así pues, la situación de culto islámico en el territorio español, como en casi todos los países europeos, está representada por la llegada de inmigrantes procedentes de países musulmanes y por la existencia de un marco jurídico e institucional que regula las cuestiones religiosas y la presencia del culto islámico (Planet, 2008: 1-32).

A pesar de tener legislación, en España y en Europa, no se ha sabido promover la diversidad religiosa. ¿Cómo? Permitiendo la influencia extranjera en los ámbitos de financiación de los grupos radicales, construyendo espacios religiosos o enseñando el Islam con matices fundamentalistas. Todo ello ha perjudicado el proceso de integración del colectivo musulmán, autóctono e inmigrante, aunque deja margen a la producción de un Islam español que aboga por el respeto y la compatibilidad de los valores españoles y la concordia. En esta línea, de convivencia y de respeto hacia el otro, nos encontramos. Por tanto, podemos considerar que en España, se ha configurado un nuevo microsegmento de Comunicación y Marketing: *el cliente o turista musulmán*, con identidad suficiente para poder ofrecerle acciones "personalizadas". Y la "Ciudad Halal" aparece como una alternativa diferenciadora.

4. Iniciativas en torno al concepto de "Ciudad Halal"

La "Ciudad Halal" es un concepto que está desarrollando el Instituto Halal en España. Este instituto trabaja con el objetivo de regular, controlar y certificar los alimentos, productos y servicios que sean elaborados conforme a la Ley Islámica. Para ello, gestiona la Marca de Garantía Halal de la Junta Islámica, aplicada a alimentos, productos y servicios (Instituto Halal, 2014).

En concreto, una ciudad halal es aquélla que dispone de establecimientos certificados, con servicios para facilitar la visita del turista musulmán. Por ejemplo, contar con profesionales que hablen el idioma y conozcan las especificidades y necesidades de este tipo de turista, dar facilidades para el ayuno del Ramadán, disponer de detalles de bienvenida y de alojamiento adecuados –tener en la habitación un Corán, una brújula, canales de televisión específicos–, u ofertar actividades e itinerarios específicos ligados a la cultura islámica de la propia ciudad.

En España, en estos momentos, algunas ciudades están en proceso de certificación como ciudad halal y empiezan a surgir iniciativas sobre este concepto ligadas al turismo. En febrero y marzo de 2014, EducaIslam ha impartido su primer curso de Turismo Halal en España. En otoño de 2014, se celebrará en Granada la Halal Tourism Conference. Según Escudero (2014), se están promoviendo otra serie de acciones. En Córdoba se está desarrollando un *Hub Halal* con la iniciativa del Instituto Halal, el Ayuntamiento de Córdoba y la Fundación Agrópolis, que pretende crear en un futuro un gran parque empresarial e industrial centrado en la marca halal. También se ha certificado, con dicha marca, y por primera vez, Nur & Duha, una agencia de viajes dedicada al turismo islámico. Y en Andalucía se están preparando rutas halal que agrupan cultura, gastronomía y patrimonio histórico.

Fuera de España, Dinar Standard (2012) también recoge en su informe las iniciativas que se están desarrollando para el turismo musulmán en otros países, entre las que cabe destacar las siguientes. En Tailandia, se ha introducido el concepto de "Spas Muslim Friendly". En Chennai (India), se ha establecido la Global City de la Salud y varias aerolíneas están incorporando el menú halal. Y en el caso concreto del sector hotelero, hay múltiples iniciativas. Por ejemplo, el Hotel Sacher (de Viena) dispone de instalaciones específicas durante el Ramadán y el Hotel Lord Milner (de Londres) tiene en las habitaciones una indicación hacia La Meca.

Asimismo, ya existen cadenas hoteleras *halal* con proyectos de inversión importantes que ampliarán su oferta. Almulla Hospitality prevé abrir 150 hoteles en el año 2015 en Oriente Medio, Europa y América del Norte. Jawhar pretende implantar el 25% de sus establecimientos en Dubai. Kempinski construirá, hasta el año 2017, 30 hoteles en colaboración con una consultora islámica. Y Best Western ya dispone de hoteles *halal* en Malasia, Bahrein y Omán.

5. Conclusiones

Creemos que la relación entre Religión y Turismo, en nuestro caso el Islam, supone una oportunidad inminente de negocio. Por un lado, por el legado histórico característico de nuestro país y por otro lado, por la situación estratégica que permite generar con "nuestros vecinos" relaciones de hermandad mediterránea. Con características de consumo afines y con relaciones internacionales históricas que nos benefician en nuestro entramado empresarial.

Tratar el Islam en Comunicación y Marketing puede parecer arriesgado. Sin embargo, la actualidad y la tecnología provocan el cambio constante y la adecuación a la nueva realidad. Autores como Nestorovic (2010) ya se plantearon identificaciones del Islam a las famosas 4 p de Kotler: *product, price, place and promotion* y las convierten en las 4 f: *faith, food, finance and fashion*. En nuestro caso, proponemos una quinta f que, sin serlo actualmente, puede tener, en unos años, gran importancia: turismo. O si se prefiere mantener el esquema tradicional: 4 f + 1 t.

En España, por tanto, nos encontramos en el "año cero" del Turismo Halal. Se están desarrollando conceptos turísticos nuevos como "ciudad halal". El Instituto Halal se encarga de su certificación. Y creemos que este tipo de alternativa de desarrollo de una ciudad debe ser contemplada como una alternativa a la globalización y a la sostenibilidad, en definitiva a la planificación estratégica de uno de los sectores empresariales más importantes de España.

Nuestro planteamiento de "año cero" está comenzando. La investigación académica que actualmente se está desarrollando, esperemos que suponga una oportunidad de análisis y reflexión que nos permita plasmar la voluntad de cambio en el sector y que el Turismo Halal, con el desarrollo pleno de las Ciudades Halal se conviertan en una realidad inminente en nuestro país provocando así que seamos un país pionero en la alteridad turística.

6. Bibliografía

Banon, P. (2012). "Globalisation des cultures, quelle novelle éthique pour l´enterprise?" en Barth, I., *Management et religions, décryptage d´un lien indefectible*. París: EMS.

Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Bravo García, L. (2012). "Las comunidades religiosas como espacios de acogida e integración de los inmigrantes: especial atención a las iglesias evangélicas étnicas, La integración aislada" en Tshitshi Ndouba, K., *Inmigración y comunidades religiosas, implicaciones para las políticas de integración de los inmigrantes*. Madrid: Instituto de Estudios Jurídicos Internacionales.

Dinar Standard (2012). *Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study*. Consultado el 15 de marzo de 2014 en http://www.dinarstandard.com/travel-study/

Escudero, H. (2014). "La certificación halal en el sector de los servicios turísticos" en De la Orden, M. C.; Sánchez, P. y Bernal, P. (2014). "Turismo Halal en España". Madrid: OMM Campus Libros.

Garreta, J. (2003). *La integración sociocultural de las minorías étnicas*. Barcelona: Anthropos.

Guerrero Blanco, T. (2014). *¿Un ´hub halal´ global? Cinco Días*. Consultado el 16 de enero de 2014 en http://cincodias.com/cincodias/2014/01/16/empresas/1389897757_894895.html

Instituto de Turismo en España (2013). *Boletín trimestral de coyuntura turística (COYUNTUR)* nº 16, IV trimestre de 2013. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Consultado el 15 de marzo de 2014 en http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/analisisturistico/coyuntur/trimestrales/coyuntur%2016.%20cuarto%20trimestre%202013.pdf

Losada, T. (1995). *Inmigración musulmana: restos humanos, culturales y religiosos,* en Abumalham, M.: *Comunidades islámicas en Europa*. Madrid: Trotta.

Nestorovic, C. (2010). *Marketing Islámico*. Milán: Egea.

Sánchez González, P. y Padilla Castillo, G. (2013). "La importancia del tratamiento de la religión en medios de comunicación. El caso del Islam en España", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 19.

Parekh, B. (2005). *Repensando el multiculturalismo*. Madrid: Itsmo.

Planet, A. (2008). "Islam y emigración: elementos para un análisis y propuestas de gestión" en *Foro de Inmigración*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, pp. 1-32.

Romero, I. (2014). "El concepto de la marca de garantía *Halal*" en de la Orden, M. C.; Sánchez, P. y Bernal P. (2014). "Turismo Halal en España". Madrid: OMM Campus Libros.

Roy, O. (2012). "Los nuevos islamistas" en *Foreign Policy*, abril 2012. Madrid: Washingtonpost Newsweek Interactive. Consultado el 15 de marzo de 2014 en revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/42052/40033

Unión de Comunidades islámicas de España (2013). *Estudio demográfico de la población musulmana 2012*. Observatorio Andalusí. Febrero. Consultado el 15 de marzo de 2014 en http://ucide.org/es/content/estudio-demogr%C3%A1fico-de-la-poblaci%C3%B3n-musulmana-2012

Vela, C. y Ballesteros, C. (2011). "La influencia de las creencias religiosas en el consumo. Una aproximación desde las tres religiones del Libro" en *Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*. Madrid: ICADE, pp. 361-392.

7. Páginas Web

Instituto Halal (2014). Consultado el 15 de marzo de 2014 en http://www.institutohalal.com/

ÍNDICE ▷

LA CIUDAD COMO ESCENARIO EN LAS FOTOGRAFÍAS DE LUIS MÁRQUEZ (COLECCIÓN DIEGO ANGULO Y MARCO DORTA EN EL CSIC)*

Juan Miguel Sánchez Vigil
María Olivera Zaldua
Universidad Complutense de Madrid

1. Introducción

Desde mediados del siglo XIX los fotógrafos se han dedicado a la reproducción de obras de arte al entender su valor documental en un doble sentido, por un lado por su utilización para difundir el conocimiento, y por otro una forma de mostrar el mundo (Sánchez Vigil, 2006). Mediante la fotografía se dieron a conocer la arquitectura, la escultura, la pintura o las piezas arqueológicas, en un antecedente de la globalización.

Muchas de las fotografías producidas hasta la fecha forman parte de magníficas colecciones conservadas en centros públicos o privados, como en el caso de la que nos ocupa: la colección de fotografías que los profesores Diego Angulo y Enrique Marco Dorta formaron para estudiar el arte iberoamericano.

Angulo viajó a México en la década de los años treinta del siglo XX, periodo de esplendor de la fotografía en aquel país con autores como Manuel y Lola Álvarez Bravo, Agustín Jiménez, Emilio Amero, Rafael García, Aurora Eugenia Latapí, Luis Márquez o Agustín y Gustavo Casasola. En los veinte se habían instalado Edgard Weston, Tina Modotti y Hugo Brehme, entre otros artistas de prestigio.

* Este trabajo forma parte del proyecto de investigación *Imágenes del Nuevo Mundo: el Patrimonio Artístico portugués e Iberoamericano a través del legado fotográfico de Diego Angulo Iñiguez al CSIC*, dirigido por el profesor de investigación del CSIC Wifredo Rincón, y financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, Secretaría de Estado de Investigación (MICINN, PN I+D+i, 2011-2014 Ref. HAR 2011-27352.

En el legado de Diego Angulo se conserva un centenar de fotografías de Luis Márquez Romay, identificadas durante el tratamiento documental de la colección. Para localizarlas se visualizaron todas las fotografías sobre México (cerca de cuatro mil instaladas en 19 cajas con 40 carpetas), procediendo después a documentarlas en la base de datos diseñada al efecto.

La bibliografía específica sobre la fotografía de Márquez se localiza en las tres obras que indicamos a continuación, una de ellas relacionada directamente con la arquitectura y por tanto con el arte en la ciudad: *Una ciudad imaginaria. Arquitectura mexicana de los siglos XIX y XX en fotografías de Luis Márquez*, de Louise Noelle y Lourdes Cruz González (2000); *Luis Márquez Romay. El cuerpo, el pictorialismo y la vanguardia*, de Ernesto Peñalosa Méndez (2004), y *Luis Márquez Romay y su obra. Apuntes sobre la búsqueda del nacionalismo cultural en México*, de José Luis Sánchez Estévez (1990).

2. Las fotografías de México en la colección Angulo y Marco Dorta del CSIC

El Consejo Superior de Investigaciones Científicas, en sus distintos Centros, conserva colecciones creadas por los propios investigadores. Sobre arte iberoamericano se guarda en el Departamento de Archivo de la Biblioteca Tomás Navarro Tomás, del Centro de Ciencias Humanas y Sociales (antes Instituto Diego Velázquez), la colección donada por el profesor Diego Angulo Íñiguez, compuesta por cerca de diez mil fotos, delas que un tercio corresponden a México y entre ellas las que aquí se tratan.

En 1926 se creó, por iniciativa de Elías Tormo, la cátedra de Arte Hispano-Colonial de la que fue responsable Diego Angulo desde 1927 y que fue dotada de fotografías para el estudio. En 1931 las secciones de Arte y Arqueología del Centro de Estudios Históricos habían creado el Fichero de Arte Antiguo con el inventario de obras de arte anteriores a 1850 en España, incluyendo en las fichas la foto del original junto al resto de datos.

Diego Angulo viajo a México en 1934 y, además de tomar imágenes, recopiló material para la illustración de sus libros y para su uso en la docencia. Su legado fotográfico es uno de los conjuntos documentales de mayor interés para el estudio del arte hispanoaméricano y de la historia de la fotografía, ya que contiene originales de gran valor por su morfologia, contenido y autoría.

En cuanto a la procedencia de los originales, el profesor Rincón (2012: 102) indica que parte fue donado por el Gobierno mexicano y otra parte cedida por investigadores. Por lo que respecta a la autoría, destacan los nombres de Guillermo Kahlo, Rafael García y Luis Márquez.

Durante el análisis de los fondos sobre México (Tabla 1) se han recopilado los nombres de los autores, entre ellos el de Guillermo Kahlo que en 1904 realizó un trabajo sobre monumentos para la Sociedad de Educación Pública (SEP). En la relación adjunta se indican los nombres y direcciones.

Fotógrafos	Direcciones
Alonso Miyar, Carlos	Puebla
Bolaños, José	México D.F. (Juan de Letrán 5)
Brehme, Hugo	México D.F.
Cáceres	Mérida
Calpini	México D.F. (Madera 27)
Calvo	Veracruz
Carmona, V.	Saltillo
Carrillo	Guanajuato
Daguerre	Chihuahua
García, Rafael	México D.F. (Regina 86)
Llata, M. M. de la	Puebla
Maldonado	Guanajuato
Márquez, Luis	México D. F.
Mateos, R. M.	Veracruz
Monroy	Oaxaca
Obregón	Aguas Calientes
Reyes, Ignacio E.	México D.F. (Av. Reyes Católicos 1)
Rochester, La	México D.F.
Sorpresa, La	Puebla
Vasallo, Juan D.	Veracruz
Yañez	México D. F. (Avenida de Hidalgo)

Tabla 1– Fotógrafos de México en la colección Angulo-Dorta del CSIC

3. Luis Márquez: fotografías de Arte y Ciudad

Luis Márquez Romay (Ciudad de México, 1899-1978) fue un artista de las vanguardias. Sus fotos se enmarcan en el espacio con personajes de diseño que teatralizan el escenario. Sus composiciones son bellas, pero forzadas, y muestran la arquitectura mexicana. Se formó en el estudio Feliú de La Habana, y fue después actor y técnico cinematográfico antes de regresar a México para trabajar a partir de 1921 en el taller de Fotografía y Cinematografía de la Secretaría de Educación Pública, cuyo objetivo era documentar. En 1930 obtuvo en Sevilla el Gran Premio de Fotografía de la Exposición Iberoamericana, y en 1931 participó en la exposición de la Secretaría de Educación Pública (SEP) junto a Manuel Álvarez Bravo, Agustín Jiménez, Emilio Amero y Hugo Brehme.

En 1934 escribió el guión y realizó las fotos fijas de la película *Janitzio*, dirigida por Carlos Navarro y con Jack Draper como operador. Una parte de las fotos fue publicada *National Geographic Magazine* (1937). En 1939 participó en la Feria Internacional de Nueva York, y obtuvo el primer premio de fotografía con *Los patriarcas*, tomada en Michoacán.

Colaboró en los principales diarios y revistas de México, ilustró los libros de Justino Fernández, Manuel Toussaint y Salvador Toscazo, fundadores del Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Autónoma de México (UNAM), y formó una gran colección de temas étnicos y de indumentaria. En 1950 publicó *Mexican Folklore* y de su obra ha escrito Olivier Debroise: "El gusto por las estilizaciones, los ángulos cerrados que aíslan elementos y geometrizan los efectos de atardecer, Una estética, al fin, que quizás había que atribuir más a los productores que a los realizadores" (Debroise, 2005: 208).

En el Instituto de Instituciones Estéticas de la Universidad Autónoma de México se conservan 14.641 originales, en parte coincidentes con los del CSIC. En 1979 fueron adquiridos 13.074 negativos de diferentes formatos al doctor Aurelio de los Reyes, completados con la donación en 2003 de 743 fotos (placas 5x7 cm en blanco y negro y diapositivas de color) por Miguel Velasco Márquez, más una nueva donación en 2005 de 779

Fig. 1 – Galería del Ayuntamiento de Atotomilco de Tula (Hidalgo). San Bartolomé Atotomilco. Sello Ministerio de Educación. Instituto de Arte Diego Angulo. Fuente: Luis Márquez. *Historia del Arte Hispanoamericano* I, p. 476 DAH1 / F17-C2 [AH0099]

imágenes (negativos en blanco y negro con diferentes formatos). Finalmente en 2006 se compraron 44 fotos fijas de la película "Conspiración" (1927), en formato 8x10 cm. Los temas son arquitectura, antropología y folklore, reproducciones de pinturas y arte sacro, series de retratos, paisajes, objetos, desnudos y fotos fijas de varias películas. Se localizan también originales en The Center for Creative Photography, University of Arizona, Galería de Bellas Artes Thockmorton y Universidad de Houston.

3.1. Las fotografías

El conjunto documental del CSIC es de excepcional calidad y se encuentra en muy buen estado de conservación. Los temas son de arquitectura civil y religiosa, con una característica que las diferencia del resto: el elemento humano que el autor incorpora a la escena y que tiene un componente estético que ha llevado a los historiadores a calificar las imágenes de folclóricas. Los tipos son diversos, al igual que el vestuario, en ocasiones lugareños y en otras actores experimentados en la pose. A ello hay que añadir el paisaje urbano y los detalles como elemento decorativo, es decir de la utilización de los monumentos de la ciudad como fondo de las composiciones. En este sentido podemos decir que los fondos tienen la misma función que los forillos en los estudios clásicos donde se realizaban los retratos de época.

Por consiguiente, el imaginario fotográfico de Márquez esta conformado por sus tomas de arquitectura, sus imágenes de corte antropológico y del folklore nacional, las reproducciones de

Fig. 2 – Iglesia de Tlacochahuaya (Oaxaca). Fuente: Luis Márquez. DAH17/F17-C32

pinturas y arte sacro, sus series de retratos, paisaje, de objetos, desnudos y sus fotos fijas de películas mexicanas.

En el análisis de los contenidos la lectura puede realizarse desde tres puntos de vista: el elemento humano, el elemento urbano o bien la combinación de ambos. Márquez da preferencia a los tipos, colocándolos en primer plano, y ofreciendo así escenas costumbristas. Esto no significa, sin embargo, que de mayor importancia a las personas, ya que en ocasiones las usa como referente en el encuadre para definir perspectivas. La relación de Márquez con el cine y su trabajo como "foto fija" influyó duda influyó en su obra.

Fig. 3 – Espadaña sobre la barda atrial del convento de Molango (Hidalgo). Sello del Ministerio de Educación. Fuente: Luis Márquez. DAH1 / F17-C2 [AH0123]

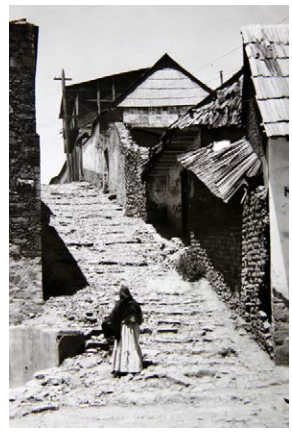


Fig. 4 – Vista del Real del Monte (Mineral del Monte-Hidalgo). Fuente: Luis Márquez. DAH17/ F17-C32

Fig. 5 – Casa del Alfeñique en Inchaurregui (Puebla). Fuente: Luis Márquez. DAH9 / F17-C18 [AH1118]

Características:

- Influencia pictorialista.
- La ciudad como decorado.
- Reivindicación de los detalles.
- Uso de elementos etnográficos y antropológicos.
- Estética cinematográfica (foto fija).
- Contextualización de los elementos artísticos en la ciudad.

Elementos representados: Claustros, Cúpulas, Edificios públicos, Escaleras, Fuentes, Iglesias, Murallas, Plazas, Soportales, Tejados, Ventanas y Viviendas.

Los escenarios elegidos son dos de los elementos más comunes en la imaginería mexicana: el portón de madera de palacios y casas coloniales, y la iglesia, intemporal y siempre presente. La figura, en primer plano, se dibuja entre las dos líneas verticales, y sin embargo son los elementos decorativos los que destacan en planos tan alejados (fig. 2).

La perspectiva es el efecto dominante. La fotografía se compone de dos partes diferenciadas: primer y segundo plano. La línea de árboles de la izquierda lleva hacia la espadaña y en la escalera de la derecha las mujeres con el cántaro son dos modelos que definen la estética del autor. Aquí la ciudad es el elemento prioritario (fig. 3).

Márquez utiliza la cámara fotográfica para crear escenarios de impecable composición. En este escenario son las sombras y las zo-

Fig. 6 – Iglesia de Santa Prisca de Taxco. Fuente: Luis Márquez. DAH11 / F17-C21 (1 parte) [AH1377]

Fig. 7 – Convento de Tepexi en Tenango (Guerrero). Fuente: Luis Márquez. DAH11 / F17-C21 [AH1478]

Fig. 8 – Acueducto de los remedios México. Fuente: Luis Márquez. DAH5 / F17-C12 [AH0475]

Fig. 9 – Calle de Zacualtipan (Hidalgo). Fuente: Luis Márquez. DAH2 / F17-C5 [AH0174]

nas oscuras las que dibujan el resto de la imagen. El mensaje es la decadencia de la ciudad, y en ello se encuentra el atractivo (fig. 4).

El edifico parece el decorado de una película, como si lo hubieran sacado de contexto. Las pinturas de los muros colaboran en la interpretación y las formas onduladas de los tejadillos, además de marcar la perspectiva, aportan otro elemento en el imaginario de Márquez (fig. 5).

La abundancia de elementos recarga la imagen hasta incluso perder información. Se genera ruido, y los elementos del primer plano se difuminan en la lectura, incluso el tipo que se apoya en el muro pasa desapercibido. Contrasta el monumento (obra de arte) con la vivienda del fondo, hacia la que finalmente va la mirada (fig.6).

Los tipos bajo el arco posan a propósito para informarnos sobre las proporciones. Las copas de los árboles (puro escenario) forman un segundo arco, algo descentrado para romper la monotonía. (fig. 7).

¿Es necesaria la presencia de la mujer en esta fotografía? La comparación espacial con la torre confunde, y el acueducto queda en un plano lejano. La vista general de la obra pública queda afectada por el personaje (fig. 8).

La ciudad cobra todo el protagonismo y los tipos pasan a segundo plano. Las sombras de los paramentos y de la calle son de nuevo cinematográficas, y la perspectiva espléndida (fig. 9).

4. Bibliografía

Aguiló, M. P. (2012). "Photo Stille. Fotografías de monumentos de Brasil en el legado de Diego Angulo Iñiguez al CSIC" en *Argentum. Estudios artísticos en homenaje ala Dra. Amelia López-Yarto Elizalde*. Madrid: CSIC, pp. 135-148.

Casajús, C. (2005). "Una propuesta para el estudio de la fotografía: el método iconográfico" en *Doxa Comunicación*, nº 3, pp. 215-223.

Casajús, C.; Diéguez, S. y Pena, C. (2008). *El arte reproducido. Fotografías de la colección Lafuente Ferrari.* Madrid: Edición de las autoras.

Casanova, R.; del Castillo Troncoso, A.; Monroy Nasr, R. y Morales, A. (2005). *Imaginarios y Fotografía en México, 1839-1970.* Barcelona: Lunwerg

Castro, R. (1951). "Hablan a *Hoy* los ases de la fotografía" en *Hoy,* México, 6 de enero de 1951, p. 10.

Debroise, O. (2005). *Fuga mexicana. Un recorrido por la fotografía en México.* Barcelona: Gustavo Gili.

Mexicana. Fotografía moderna en México (1998), Valencia: IVAM.

Noelle, L. y Cruz González, L. (2000). *Una ciudad imaginaria. Arquitectura mexicana de los siglos XIX y XX en fotografías de Luis Márquez.* México: IIE, UNAM.

Pascual Chenel, Á. (2012). "Fotografías del ingeniero mexicano Enrique A. Cervantes, de principios del siglo XX, en el fondo legado por Angulo Iñiguez al CSIC" en *Argentum. Estudios artísticos en homenaje a la Dra. Amelia López-Yarto Elizalde.* Madrid: CSIC, pp. 119-134.

Peñalosa Méndez, E. (2004). "Luis Márquez Romay. El cuerpo, el pictorailismo y la vanguardia" en *Huesca Imagen. México (1920-1960).* Huesca: Diputación, Conaculta, pp. 120-133.

Rincón García, W. (2012). "Una colección de fotografías de Guillermo Kahlo cedida en 1933 por el Gobierno de México al profesor Angulo iñiguez para su trabajos de arte mexicano" en *Argentum. Estudios artísticos en homenaje a la Dra. Amelia López-Yarto Elizalde.* Madrid: CSIC, pp. 101-118.

Sánchez Estévez, J. L. (1990). *Luis Márquez Romay y su obra. Apuntes sobre la búsqueda del nacionalismo cultural en México.* Tesis de licenciatura. México: Centro Universitario de Ciencias Humanas.

Sánchez Vigil, J. M. (2006). *El documento fotográfico*. Gijón: Trea.

Schmelz, I. (2000). "Las cosas según como se ven. Luis Márquez en la Feria Mundial de Nueva York, 1939-1940" en *Alquimia*, nº 10, septiembre-diciembre.

5. Páginas Web

Instituto de Investigaciones Estéticas. Universidad Nacional Autónoma de México (2013). Consultado el 17 de abril de 2013 en http://www.esteticas.unam.mx

ÍNDICE ▷

LA IMAGEN DE LA CIUDAD MEDIEVAL A TRAVÉS DEL CINE ESPAÑOL DE FICCIÓN

Fernando Sanz Ferreruela
Universidad de Zaragoza

Como sucede en muchas otras cinematografías nacionales, el cine de ambientación histórica ha sido una constante muy habitual en la producción fílmica española, desde casi sus orígenes hasta nuestros días. En ese sentido, la nómina de cintas españolas cuya acción transcurre en épocas pasadas es casi interminable. Si hacemos una rápida aproximación cuantitativa a este fenómeno, llama muy pronto la atención el hecho de que una parte muy importante de las mismas (más del 50%) se ubican cronológicamente en los siglos XIX y XX, en momentos tan destacados y cruciales como la Guerra de la Independencia, la Guerra Civil y el franquismo particularmente, periodos preferidos por el cine a causa de su mayor cercanía al presente y de la mayor actualidad de los temas, que los hace potencialmente más atractivos para el público cinematográfico. Dando un paso más, hay que señalar que estos van seguidas muy de cerca por aquellos otros filmes que transcurren en la Edad Moderna, durante los reinados de los Austrias mayores, una etapa de la historia muy explotada por el cine de nuestro país en algunos momentos de su devenir, como las décadas de 1940 y 1950, donde el aislamiento internacional impulsó a la producción fílmica española a que fijara su atención en un periodo especialmente "glorioso" de la historia, muy proclive a su utilización propagandística e ideológica[1].

Esta es la primera de las razones que han determinado que el cine español haya manifestado un interés bastante menor en mostrar "historias" que transcurren durante la Edad Media, un periodo sin duda apasionante, pero mucho más limitado para el cine como veremos. Algo que puede llamar poderosamente la atención, sobre todo si tenemos en cuenta que el Medioevo español es un momento tan amplio como convulso, y tan plagado de "hechos" políticos, sociales y culturales, como de figuras y personajes históricos de gran relevancia, así como de mitos, leyendas y temas literarios de enorme riqueza. Sin embargo, y siempre en el aventurado terreno de las hipótesis, la muy superior complejidad –material, económica y de toda índole– a nivel de producción cinematográfica a la hora de reconstruir espacios y hechos medievales, es posiblemente la otra causa que ha determinado que nuestro cine se haya retraído a la hora de ambientar películas históricas en los largos siglos de la Edad Media hispana.

Pese a todo ello, son aproximadamente unos cuarenta los largometrajes españoles de ficción –de temática medieval ambientaos en los territorios cristianos entre el siglo VIII y el XV[2]– con los que contamos y a los que vamos a prestar nuestra atención. Un núcleo de filmes bastante uniforme, pero dispuesto

[1] Un extremo que hemos podido estudiar en nuestra Tesis Doctoral titulada *Catolicismo y cine en España (1936-1957)*, defendida en la Universidad de Zaragoza en 2010, y de la que recientemente se ha publicado la primera parte. Ver: SANZ FERRERUELA, Fernando (2013), *Catolicismo y cine en España (1936-1945)*, Zaragoza: Institución «Fernando el Católico»-Diputación de Zaragoza.

[2] Como ya hemos señalado, la amplia nómina de películas susceptibles de nuestro estudio nos obliga a centrarnos únicamente en la imagen de las ciudades hispanas cristianas, determinando además que obviemos conscientemente las cintas ambientadas en *Al-Andalus*. Por el mismo motivo hemos tenido que aplicar también un criterio cronológico, de manera que atenderemos sólo a aquellas películas que se ambientan desde la Alta Edad Media al comienzo del reinado de los Reyes Católicos, reservando asimismo el final del siglo XV hispano para otro lugar.

en una horquilla cronológica amplia, que parte de cintas pioneras como *Guzmán el bueno* (Fructuoso Gelabert, 1909), *Don Pedro el Cruel* (Alberto Marro, 1911) o *Los amantes de Teruel* (Ricardo Baños, 1912), y que se prolonga casi un siglo después hasta otras tan señeras como *Los Borgia* (Alfonso Hernández, 2006).

Por lo que a la ciudad medieval hispana se refiere, conviene empezar señalando que la presencia de la misma en el cine español es más minoritaria y simplificada de lo que cabría esperarse[3], circunstancia que, a su vez, se ha visto reflejada en la bibliografía. Son diversos los estudios que han abordado el tratamiento de la Edad Media en el cine, desde algunos de alcance histórico general –(Payán, 2007: 5-36)[4], (Rubio, 2007: 19-34)–, a otros específicos sobre la Edad Media –(Harty, 1999), (Amy de la Bretèque, 2004), (Barrio, 2005), (Alonso, Mastache y Alonso, 2007), (Ruiz-Domènech, 2007), (Navarrio, 2011)–, pasando por algunos que se han centrado sólo en el caso del cine de Hollywood –(Barrio, 2008), (Alonso, 2007)–, los que han abordado cuestiones más específicas y parciales –(Muro, 2007), o incluso los que se han limitado al análisis de una única película de ambientación medieval –(Barrio, 1999), (Sanmateu, 2009), (Sojo, 2009). Pues bien, en todos ellos, la atención concedida al tratamiento de la ciudad medieval es muy reducido, cuando no nulo. Y todavía mucho menos en lo relativo al cine español[5].

Las causas de esta relativamente escasa presencia de la ciudad medieval en el cine español son varias. En primer lugar hay que tener en consideración que la mayoría de secuencias de los filmes de ambiente medieval, o bien se desarrollan en lugares naturales al aire libre, en los que transcurren viajes, batallas, torneos y aventuras, o bien transcurren en el ámbito cortesano y, por lo general, en espacios interiores –reales o ficticios– que presentan –o representan en su caso– castillos, palacios y en menor medida iglesias y monasterios. Ámbitos cerrados estos últimos donde se suceden las historias amorosas, las intrigas políticas, religiosas, o de cualquier tipo que afectan a los personajes protagonistas, que han dado poca cabida narrativa al tratamiento de la ciudad. Es muy probable que en esta circunstancia haya influido también el hecho de que una buena parte de las películas cuyo estudio abordamos son producto de adaptación al cine de argumentos literarios en ocasiones tan célebres como *El libro de buen amor*, del Arcipreste de Hita, *El mejor alcalde, el rey*, de Lope de Vega, *Doña María la Brava*, de Eduardo Marquina, *Amaya*, de Francisco Navarro Villoslada, u otros menos conocidos como el romance de Fernán González (*El valle de las espadas*), entre otros.

De cualquier manera, por lo que a la presencia de la ciudad medieval hispana –en los casos en los que esta aparece– se refiere, el cine histórico español ha optado a lo largo de las décadas por diversas soluciones a la hora de reflejarla.

La más antigua, y una de las más sencillas y frecuentes de todas fue la de la reconstrucción de los espacios urbanos en decorados artificiales, que encontramos ya en la más temprana cinta española de temática medieval, la desafortunadamente perdida *Guzmán el Bueno*, realizada en 1909, cuyo autor, en sus memorias, resaltaba precisamente la gran repercusión alcanzada por dicho decorado (Gelabert, 1941: 141)[6]. Lo mismo, aunque en este caso con decorados pintados debía suceder en *Don Pedro el Cruel* y *Los amantes de Teruel*, de las que tampoco conservamos copias.

Independientemente del grado de historicidad de estos primeros decorados cinematográficos que, salvo muy contadas excepciones que trataremos, fue casi inexistente, se trata de una dinámica muy lógica para solventar el obstáculo que supone la inevitable realidad de la transformación urbana de las ciudades, que había hecho desaparecer casi por completo los trazados medievales y que desde luego había transformado radicalmente su aspecto, restando al cine los decorados naturales que le hubiesen sido propios. Ejemplos pioneros que además se vieron forzados a recurrir a decorados debido a las dificultades para llevar a cabo rodajes en escenarios naturales que hubo de afrontar el cine español durante sus primeros compases.

[3] Este trabajo se halla vinculado tanto al Proyecto I+D: *Estudio de la cultura audiovisual del tardofranquismo (1959-1975). Documentación y análisis de un proceso de modernización* Ref. HAR2010-17131), cuya investigadora principal es la Dra. Amparo Martínez Herranz, de la Universidad de Zaragoza, como al grupo de investigación consolidado, también de la Universidad de Zaragoza, *Observatorio Aragonés de Arte en la Esfera Pública* (OAAEP) (Código H28), cuyo investigador responsable es el Dr. Jesús Pedro Lorente Lorente.

[4] Una obra de alcance general, en donde las películas de ambiente medieval se engloban bajo el epígrafe, no demasiado preciso desde el punto de vista histórico, de *La España antigua*.

[5] El autor de estas líneas ha tenido ya la ocasión de desarrollar algunas otras conclusiones en relación a este tema, concretamente en la conferencia bajo el título *El mundo de los monasterios a través del cine*, en el marco del ciclo de conferencias *La cultura monástica: pasado y presente*, organizado por Ibercaja y el Instituto de estudios Altoaragones-Diputación de Huesca, el día 9 de marzo de 2010, y sobre todo en la ponencia que versó sobre *La Edad Media en el cine*, desarrollada en el marco del XV Curso de Historia y Cultura Medieval: La Edad Media desde otras miradas, organizado por la Fundación Santa María de Albarracín, coordinado por el Profesor José Luis Corral Lafuente y celebrada en Albarracín (Teruel), el 21 de septiembre de 2012. Ambos textos permanecen inéditos.

[6] El gran pionero del cine español lo precisaba así muchos años después: Para esta película construyó un decorado ex profeso el joven escenógrafo Juan morales. Este decorado fue montado en corpóreo, siendo de gran efecto y visualidad. Se trataba de un castillo de la época en la que sucedió la gran tragedia, construido con bloques de yeso simulando piedras gastadas por los años, y fueron, además, incrustadas, para mayor realidad, al castillo, partículas de hierba en las grietas y junturas de los bloques.

El uso de decorados artificiales fue una solución especialmente practicada también en el cine español de las décadas de los cuarenta y cincuenta, coincidiendo con el tan célebre formato del cine histórico –apodado de "cartón piedra" por lo artificial de sus decorados– ambientado en época medieval y moderna. Por lo que a nuestro estudio compete, cabría destacar en este apartado tres películas claves como son *Inés de Castro* (J. M. Leitao de Barros, 1944), *Reina santa* (Rafael Gil, 1947) y *Amaya* (Luis Marquina, 1952). Cintas que en general muestran patios de armas de castillos y fortalezas, calles, plazas y espacios públicos –los mercados y juderías adquieren una gran presencia–, así como catedrales, iglesias y monasterios, todos ellos reconstruidos de manera muy convencional y sin ninguna voluntad de reconstrucción histórica verosímil. Así lo apreciamos en *Inés de Castro* y *Reina santa* cuando se muestran las plazas principales de las ciudades de Coimbra y Lisboa en que transcurren sus argumentos o, en la segunda de ellas, en el momento en el que Isabel de Portugal obra el famoso milagro de las rosas delante de las obras de construcción del Convento de Santa Clara, también de Coimbra. En esa línea podría citarse también *Doña María la Brava* (Luis Marquina, 1948), la célebre adaptación de la obra de teatro homónima –estrenada por el padre del cineasta, Eduardo Marquina, en 1909– en un momento de la cual se reconstruyen las calles de Burgos, pudiendo apreciarse con facilidad la silueta de las agujas de la catedral burgalense que, por aquellas fechas de las últimas décadas del siglo XV en que transcurre la historia, estaban acabándose de erigir.

Otro caso similar a los citados lo encontramos poco después en *Amaya*, cinta ambientada durante el transcurso de los conflictos entre vascos y godos en los territorios cristianos del norte durante el lejano siglo VIII. Por lo que al uso de decorados se refiere, en este caso conviene señalar la reconstrucción de la Pamplona altomedieval, donde se ubican algunas secuencias de la película, apareciendo varias calles y la plaza de la catedral visigoda.

Por otro lado, en algunas ocasiones los decorados de estas cintas muestran una voluntad de aproximarse al aspecto histórico real de determinados espacios, tal y como se ve en la citada *Reina santa*. Así, al principio de la cinta se muestran los compromisos matrimoniales entre la infanta Isabel, hija del rey Pedro III de Aragón, con el infante de Portugal Don Dinís, ceremonia que tiene lugar en un espacio que en momento alguno se cita, pero que es fácilmente reconocible, y que no es otro que el Palacio de la Aljafería de Zaragoza, sede en la capital del reino de la corte aragonesa, en la que con gran acierto se sitúa el evento. Pues bien, en dos de las escenas que muestran este hecho los responsables de la película hicieron un apreciable esfuerzo para reconstruir mediante decorados el ambiente del palacio zaragozano a finales del siglo XIII disponiendo –si bien de forma un tanto imaginativa– los característicos arcos polilobulados del palacio islámico, sede de la monarquía aragonesa, y muy particularmente de los dispuestos en torno al patio central.

En relación al uso de decorados construidos, conviene señalar también que si bien estos carecen en general del más mínimo rigor histórico, como ya se ha señalado, en la mayoría de casos se procuró hacer coincidir sus trazas con la concepción estilística o estética aproximada que pudiera guardar la arquitectura de cada periodo, oscilándose entre las formas "pseudo-románicas" presentes en las películas altomedievales –caso de *Amaya* y algunas otras ambientadas entre los siglos X y XII– y la estética "goticista" más frecuente en las que transcurren en la Baja Edad Media, como *Inés de Castro*, *Reina santa* o *Doña María la Brava*.

Otro caso muy peculiar de utilización de los decorados para la reconstrucción de espacios urbanos medievales nos lo proporciona *La venganza de Don Mendo* (Fernando Fernán-Gómez, 1961), la sin par adaptación del relato teatral de Muñoz Seca, en la que no sólo no se persiguió ningún tipo de fidelidad histórica de los decorados respecto a los referentes reales de las ciudades medievales castellanas, sino que muy por el contrario, se pusieron todos los medios por resaltar la "teatralidad" de los mismos, recurriendo a telones, muchas veces bidimensionales y totalmente pictorialistas, y aun en el caso de los arquitectónicos, absolutamente fantasiosos, y empleando una, por otro lado encantadora, estética naïf[7].

Finalmente, en cuanto a la utilización de decorados, y en el extremo opuesto a lo que acabamos de ver en la cinta de Fernán-Gómez, puede destacarse el particular caso de *Cotolay* (José Antonio Nieves Conde, 1965), una cinta de temática religiosa que gira en torno a la legendaria peregrinación y estancia de San Francisco de Asís y varios de sus primeros hermanos en Santiago de Compostela a comienzos del siglo XIII, que se saldaría con la fundación del Monasterio de San Francisco de la sede compostelana[8]. Un momento el de la visita del santo a Santiago que debió coincidir con la finalización de las obras de la primitiva fachada occidental de la catedral y el célebre Pórtico de la Gloria.

[7] Un recurso que encontramos posteriormente en otras películas, como por ejemplo en la celebérrima producción italoamericana *El Cid* (Anthony Mann, 1961) para la que se diseñaron fastuosos decorados con los que se intentaron simular no pocas ciudades hispanas, como por ejemplo Burgos.

[8] Justo al año siguiente se rodó otra cinta de temática medieval jacobea que fue *El bordón y la estrella* (León Klimovsky, 1966).

Este hecho fue reflejado en la película de Nieves Conde, a la que cabe el honor de ser una de las pocas cintas –ya no sólo de su periodo, sino del grueso de la cinematografía española– en la que se llevó a cabo un elogiable empeño de producción destinado a la reconstrucción fidedigna, por medio de decorados, de un monumento histórico de tal calibre como la fachada de la Catedral de Santiago, rehuyendo de una vez los deplorables y descuidados constructos que hemos tenido ocasión de comentar. De ese modo, el magnífico decorador Enrique Alarcón fue el responsable de construir en el patio exterior del galaico Monasterio de Melón, una magnífica réplica de la referida fachada románica, de impresionantes dimensiones –a tamaño casi real– siguiendo además, con exquisito rigor histórico, las trazas originales de la misma, que conocemos gracias a los dibujos realizados a mediados del siglo XVII –antes de la erección de la actual fachada barroca del Obradoiro– por José Vega y Verdugo, perfectamente estudiados por Puente Míguez (Puente Míguez, 1991: 117-142).

En segundo lugar hay que señalar una dinámica más minoritaria a la hora de mostrar la ciudad medieval, que también encontramos en el cine histórico español de los años cuarenta, y que fue la utilización de maquetas, en general muy fantasiosas, con el objetivo de centrar la acción de las películas en determinada ciudad. Esto suele suceder antes del arranque de una secuencia que va a transcurrir en la referida urbe, precisándose con ello el marco geográfico en el que va a ambientarse la misma. Imágenes además que se usan a veces como leitmotiv, muy útiles desde el punto de vista narrativo en cintas como estas en las que la acción principal o las subtramas se desarrollan en ciudades diferentes. De nuevo encontramos ese recurso en *Inés de Castro* con la ciudad de Coimbra, que se refleja por medio de una torpe e ingenua maqueta que muestra a una "típica" ciudad medieval, amurallada, con sus torres, castillos y bastiones que condicionan el desarrollo de la urbe que delimitan. En el caso de esta película, la maqueta se muestra varias veces e incluso la vemos en llamas, al final de la misma, para mostrar los desórdenes desatados en la ciudad tras la muerte de Inés de Castro. En la misma película todavía se usa otra maqueta, al principio de la misma, para mostrar la villa de Villena de la que parte la infanta Doña Constanza de Castilla para casarse con el todavía infante Don Pedro de Portugal.

En ocasiones este recurso todavía se simplifica más, prescindiendo de las maquetas corpóreas y recurriendo a sencillos grabados de aspecto más o menos medieval –pero igual de ahistóricos y triviales–, tal y como vemos de nuevo en *Reina santa*, cuando el infante don Alfonso se traslada a Ciudad Rodrigo para solicitar el apoyo de su suegra, la reina de Castilla Doña María de Molina.

Si este recurso a los decorados y las maquetas fue el que más éxito alcanzó en el cine español de los años cuarenta y cincuenta a la hora de "construir" el aspecto de la ciudad medieval hispana, mucho más habitual –ya que aúna una supuesta mayor credibilidad histórica con una mayor economía de producción– será en décadas posteriores una tercera dinámica consistente en rodar las películas en ambientes reales, pero escamoteando la ubicación verdadera de los escenarios, descontextualizándolos plenamente por diversos procedimientos.

Así por ejemplo, a lo largo de la década de 1960 y sobre todo de 1970[9] –en que las temáticas medievales experimentaron un nuevo y particular repunte en el cine español– fue muy frecuente rodar filmes en pequeñas localidades rurales, muy poco desarrolladas urbanísticamente y hacerlas pasar por ciudades de mucha mayor envergadura, utilizando esa menor entidad urbana de ciertos núcleos rurales como criterio de historicidad que, si bien no legitimaba la veracidad de la ambientación, cuando menos otorgaba a simple vista un cierto grado de credibilidad a los argumentos[10]. De tal manera pueda apreciarse en *Isidro labrador* (Rafael J. Salviá, 1964), que relata la vida y milagros del insigne patrón de Madrid, y que en una buena parte de su metraje transcurre en la antigua Magerit, entre finales del siglo XI y principios del XII. Pues bien, para ambientar la historia de San Isidro, tanto en el Madrid medieval como en la localidad de Torrelaguna donde también habitó, se tomó la decisión de rodar la película en la localidad abulense de Mijares, haciéndose pasar sus calles empedradas, sus rústicas fachadas y rincones por los espacios urbanos de la futura capital de España.

Algo similar sucede en *Las delicias de los verdes años* (Antonio Mercero, 1975), un subproducto fílmico muy propio de una época del cine español que marchaba un tanto a la deriva por los caminos de la comedia erótica de profunda raigambre "ibérica". Una cinta que narra los escarceos amorosos de Juan Pacheco, en su viaje hasta la ciudad de Madrid, en un momento bastante impreciso del siglo XV. De nuevo en esta película el Madrid medieval se simuló rodando escenas en diversos lugares, como

[9] Más allá de las analizadas en este trabajo, caben citarse otras películas de este periodo como *El mejor alcalde, el rey* (Rafael Gil, 1973), *La portentosa vida del Padre Vicente* (Carlos Mira, 1977) y *La conquista de Albania* (Alfonso Ungría, 1982), entre otras en las que la ciudad hispana juega un papel muy escaso. También pueden señalarse algunas astracanadas fílmicas como *El Cid Cabreador* (Angelino Fons, 1983), que poco aportan al panorama objeto de nuestro estudio.

[10] Un recurso presente también en la ya citada *El Cid* (Anthony Mann, 1961) en la que, como es sabido, se usaron imágenes de la fortaleza y el casco urbano de Peñíscola, para retratar la Valencia a punto de ser arrebatada al Islam.

el centro histórico de Cáceres, varias localidades de la cercana provincia de Ávila y en la siempre reconocible Santillana del Mar.

El mismo procedimiento, en este caso con la ciudad de Segovia, encontramos en *El libro de buen amor* (Tomás Aznar, 1974), una película basada en el célebre relato medieval y con un planteamiento casi idéntico al que hemos visto en el caso anterior. Aunque no se precisa, la acción de una buena parte de la película tiene lugar a finales del siglo XIV en Segovia, aunque el filme fue rodado en localidades rurales próximas a la capital, como El Guijar, Valdevacas, El Caballar, Sotosalbos o Arevalillo. En esta cinta tan sólo una imagen fácilmente reconocible se tomó en la propia ciudad de Segovia, en el momento en el que Juan Ruiz y la alcahueta Trotaconventos ofrecen sus productos y baratijas a la sombra del acueducto romano, contando con la baza a favor de la mayor antigüedad del monumento respecto a la propia acción del argumento.

Al margen de ello, hay que precisar que determinadas películas optaron incluso por utilizar imágenes, tanto de cascos urbanos, como de monumentos y edificios representativos reales a la hora de mostrar espacios urbanos medievales, sin recurrir a ningún tipo de reconstrucción ni modificación, incurriendo osadamente en la más absoluta de las inconcrecciones históricas, por el hecho de emplear la imagen presente de una ciudad y hacerla pasar impunemente por la que presentaba en siglos anteriores. Normalmente para ello se emplean planos panorámicos muy largos del perfil de determinadas ciudades o de sus cascos históricos, con la precaución de disimular cualquier signo de "modernidad" en los referidos conjuntos urbanos. Imágenes además que no juegan otro papel, como hemos visto en el caso de las maquetas, que el de contribuir a ubicar la acción de la película en una u otra población. Así sucede con vistas de Toledo, Escalona del Alberche (Toledo) y varias localidades de la provincia de Segovia y Ávila en dos cintas coetáneas como *El libro de buen amor II* (Jaime Bayarri, 1976) o en *La espada negra* (Francisco Rovira Beleta, 1976)[11].

Finalmente debe hacerse referencia a una cuarta dinámica bastante habitual en el cine español de ambiente medieval, que es la de explotar el valor simbólico de los monumentos medievales para construir verdaderas sinécdoques del conjunto urbano al que se adscriben. De ese modo se consigue aprovechar el hecho de que no pocos edificios han conservado al menos en parte su aspecto originario, usándose los mismos como la "parte" mediante la cual se describe el "todo" de la ciudad. Algo que en ocasiones se ha empleado siguiendo un gran rigor histórico, pero que otras veces ha llevado a descontextualizar plenamente desde el punto de vista, tanto geográfico como histórico, el monumento, y a emplearlo como mero icono ambiental, como signo de "medievalidad" más allá de cualquier otro interés. Algo que apreciamos por ejemplo en *El valle de las espadas* (Javier Setó, 1963) rodada en los municipios sorianos de Berlanga de Duero, Calatañazor, San Esteban de Gormaz y Covaleda, en los burgalenses de Covarrubias, Peral de Arlanza y Santo Domingo de Silos, en La Alberca (Salamanca) y en Fuensaldaña (Valladolid), entre otras localidades castellanas, así como en la propia ciudad de Soria, cuya Iglesia de Santo Domingo y claustro de San Juan de Duero –por supuesto, con el aspecto de 1963 y no del siglo X en que vivió el Conde Fernán González, en el que ni muchísimo menos habían siquiera empezado a construirse dichos monumentos– transcurren algunas escenas de la acción de la cinta, pero sin que se aluda en modo alguno a la identidad real de los edificios.

Lo mismo advertimos en el caso de una película coetánea a la anterior que fue *Las hijas del Cid* (Miguel Iglesias, 1963) en la que se explota el valor simbólico de monumentos medievales catalanes tan representativos como el Monasterio de Ripoll o el de San Juan de las Abadesas, o en *Los cien caballeros* (Vittorio Cottafavi, 1964) que hace lo propio con las calles de Pedraza de la Sierra (Segovia) y el tan cinematografiado Castillo de la Mota.

Mucho más recientemente, podemos encontrar algunas cintas de similares características, como *El niño invisible* (Rafael Moleón, 1995) o *Tramontana* (Carlos Pérez Ferré, 1991), donde entre otros monumentos medievales destaca sin duda el oscense castillo de Loarre[12]. Una cinta esta última en la que, a falta de películas más recientes de ambientación medieval, podemos encontrar probablemente el primer ejercicio de reconstrucción, utilizando tecnología digital, de una ciudad medieval hispana, concretamente Valencia, recién reconquistada en 1235 por el rey aragonés Jaime I.

En definitiva, puede concluirse que la imagen de la ciudad medieval hispana no ha recibido una tratamiento demasiado amplio cuantitativa, ni mucho menos cualitativamente, prestándosele una atención bastante minoritaria y descuidada –que sin

[11] Mucho más recientemente, aunque en esta caso con la ciudad de Roma, encontramos la misma solución en *Los Borgia* (Antonio Hernández, 2006). De ese mismo año data *Tirante el Blanco* (Vicente Aranda, 2006) que, con la anterior constituyen las revisiones sobre lo medieval más recientes del cine español.

[12] No hay que olvidar que en la referida fortaleza rodó Ridley Scott algunas escenas para su superproducción sobre las cruzadas, *El reino de los cielos* (Ridley Scott, 2005).

embargo permite reconstruir algunas estrategias de producción fílmica, cuando menos interesantes– y que sin ninguna duda sigue esperando que productores y cineastas concienciados de su verdadero valor, más allá de la anécdota ambiental o la obligada contextualización histórica de los argumentos de temática medieval, presten, por una vez la atención que merece la ciudad medieval por parte del cine español.

Bibliografía

Alonso, J. J. (2007). "La Edad Media según Hollywood: de Robin Hood a las cruzadas" en *Clío. Revista de Historia*. 69, pp. 36-43.

Alonso, J. J.; Mastache, E. A. y Alonso, J. (2007). *La Edad Media en el cine*. Madrid: T&B.

Amy de la Bretèque, F. (2004). *L'Imaginaire mediéval dans le cinéma occidental*. París: Honoré Champion.

Barrio, J. A. (1999). "El Cid de Anthony Mann. A través del cine histórico y la Edad Media" en Uroz J., *Historia y cine*, pp. 268-305.

—. (2005). "La Edad Media en el cine del siglo XX" en *Medievalismo: Boletín de la Sociedad Española de Estudios medievales*. 15, pp. 241-268

—. (2008). "La Edad Media en el cine de Estados Unidos" en *Imago temporis. Medium Aevum*. 2, pp. 426-452.

Gelabert, F. (1941). "Aportación a la historia de la cinematografía española (1940-1941)" en Caparrós Lera, J. M. (1992). *Memorias de dos pioneros: Francisco Elías y Fructuós Gelabert*. Barcelona: Centro de Investigaciones Literarias Españolas e Hispanoamericanas.

Harty, K. (1999). *The Reel Middle Ages: American, Western and Eastern European, Middle Eastern, And Asian Films about Europe*, Jefferson, N. C. & Londres: Mcfarland.

Juan Payán, M. (2007). *La historia de España a través del cine*. Madrid: Cacitel.

Muro, M. A. (2007). "Guerras de celuloide y digitalización: la imagen de la guerra en el cine ambientado en la Edad Media (rasgos de un subgénero)" en Casado, B. y de la Iglesia, J. I. (coords.), *La guerra en la Edad Media: XVII Semana de Estudios Medievales*: Nájera, 221-166.

Navarro Espinach, G. (2011). "Cultura Visual y enseñanza de la historia. La percepción de la Edad Media" en *Educación Artística. Revista de Investigación*. 2, pp. 153-160.

Puente Míguez, J. A. (1991). "La fachada exterior del Pórtico de la Gloria y el problema de sus accesos" en *Actas del Simposio Internacional sobre O Pórtico da Gloria e a arte do seu tempo*, pp. 117-142.

Rubio, R. (2007). *La historia de España a través del cine*. Madrid: Polifemo.

Ruiz-Domènech, J. E. (2007). "Reconstruyendo la Edad Media: literatura, historia y cine" en Lucena M. y González, I. (dirs.), *Los secretos de la escritura: historia, literatura y novela histórica*, pp. 277-290.

Sanmateu, X. (2009). "La puesta en escena de la Edad Media en el cine: La Celestina de César Fernández Ardavín" en Martos, J. LL. y García, M. (coords.), *L' edat mitjana en el cinema i en la novel.la histórica*, pp. 535-553.

Sojo, K. (2009). "La representación de la historia del cine. A propósito de *Kingdom of Heaven* (*El reino de los cielos*, 2005), de Ridley Scott y las películas de cruzadas en la historia del séptimo arte" en *Clío & Crimen*. 6, pp. 278-293.

ÍNDICE ▷

LA CIUDAD SINCRONIZADA ¿DEMOCRACIA META-REAL?

Francisco Segado Vázquez
Rafael García Sánchez
Universidad Politécnica de Cartagena

1. Introducción: de la lira al delirio[1]

Hubo un tiempo en que las ciudades no se improvisaban. Se acudía a sacerdotes y augures que eran capaces de conectar lo terrestre con lo celeste, comprendiendo y traduciendo las manifestaciones divinas. Eran ellos los que estudiaban la idoneidad del terreno a través de rituales que les permitían fijar el centro de las ciudades al que llamaban *omphalos* y desde él trazaban su perímetro, en suma: su límite (Rykwert, 1985). La traza marcada sobre el terreno para delimitar los límites de la ciudad recibía el nombre de "lira". Desde entonces, la acción humana que pretende sobrepasar e ir más allá de esas trazas y límites es una acción de-lirante (Cacciari, 2010: 16). El delirio se convierte en la enfermedad que padece quien se atreve a cruzar los límites trazados por los augures y sacerdotes que han recibido revelaciones sagradas. Los límites son sagrados porque se transmitían por indicación divina a los augures que eran los únicos capaces, al cabo, de "in-augurar" las ciudades.

Franquear una muralla, una valla o una cerca, era estar dotado de un atrevimiento del que sólo participaban los héroes épicos y legendarios que no padecían tanto la enfermedad del delirio como la virtud de la insensatez. Insensatos son también aquellos que cruzan las murallas y los límites. Como se ve, la locura y el atrevimiento conforman las condiciones previas para transgredir el límite; para ir más allá.

Ciertamente los límites no son sólo de índole físico o material. Una muralla no es sólo un límite físico y defensivo. Es también un límite psicológico y moral (García Sánchez, 2013: 67, 68). No en vano, cuando los griegos utilizan la palabra *nomos* (norma, medida), lo hacen sabiendo que significa valla[2]. De modo, que los límites que se perciben en las ciudades antiguas son plurivalentes: físicos y defensivos, psicológicos, morales y religiosos. Franquearlos es quedar expuesto a la intemperie y al albur de lo extraño, lo monstruosos o lo carente de *nomo*s, de medida, en suma: quedar expuesto a lo desconocido ¿Acaso no se delira en los instantes previos a la muerte, antes de cruzar la última frontera, el último Dunkerque y adentrarnos en lo desconocido?

Es verdad que más allá de los límites se enviaba a quienes habían cometido delitos y faltas imperdonables que impedían su rehabilitación cívica y reinserción ciudadana. La falta cometida, podía tener por castigo la pena de destierro, la condición de no poder gozar de un *limes* que otorgara seguridad física, psicológica y moral. La expresión *extra civitas nulla salus* significa justamente esto. Y más tarde la Iglesia la convertirá en *extra eclesiam nulla salus* para transformar la pena de destierro por la de excomunión. Un excomulgado en la Edad Media es el equivalente a un desterrado en la Edad Antigua.

[1] La etimología de delirio proviene del latín '*delirare*' en donde '*lirare*' vale tanto como 'abrir surcos. El prefijo 'de' moviliza esta acepción y la libera, es decir le permite abrir cualquier surco en toda dirección, apartarse de costumbres y tradiciones, ir y venir, repetir el surco o cruzarlo a través.

[2] En su origen, el término *polis* está emparentado con la aceptación de algo parecido o similar a muro perimetral. La misma *urbs* latina expresa también la noción de círculo derivada de la misma raíz que *orbis*. Similar relación se produce en el término inglés *town* que del mismo modo que la expresión alemana *zaun* tenía el significado de valla circundante. Cfr. Onians, R.B. *The origins of European Thought*. 1954. Pág. 444, nº 1.

Más allá de los límites se enviaba a delincuentes, locos, delirantes, osados temerarios, traidores, parricidas, bárbaros, herejes e infieles. Hoy todos esos son también los que no pueden consumir, los que no pueden conectarse, los extraterrestres, los transgénicos, y dentro de poco tiempo los *cyborgs*.

Como se ve, la potencia simbólica de los límites y las murallas es enorme. Y esta parece ser la razón por la que las puertas de las murallas, como comprobamos en la mayoría de las medievales y Renacentistas, gozan de esa pregnancia y simbolismo. Su cierre y apertura está cargado de intensidad casi mágica porque por ellas pasamos de un mundo a otro; de lo conocido a lo desconocido; de lo humano a lo inhumano; de lo cívico a lo bárbaro; de lo carente de medida a lo "des-comunal", que como es sabido significa lo carente de medida común; de lo nuestro a lo de los otros; de lo local a lo global. La intensidad de las puertas murarias es tal que el señor de la puerta, el amo de la puerta, el vigilante de la puerta ha hecho correr ríos de tinta en la literatura fantástica y no tan fantástica.

En la actualidad las murallas no son ni físicas, ni psicológicas, ni morales, ni religiosas. En cambio, existe una versión degradada de las mismas que desde 1648 ha servido para delimitar los países: las fronteras. Las fronteras son la versión moderna de las medievales y antiguas murallas. Y sus puertas se han transformado en las aduanas que conocimos antes de la caída del muro de Berlín y de la unificación europea. Cruzar los límites, las murallas y las fronteras era un acto delirante, un atrevimiento, una osadía que los viejos del lugar, sacerdotes, magos y hasta sabios desaconsejaban y prohibían. Ya nos lo recuerda Italo Calvino en "Las ciudades invisibles" (Calvino, 2007) que como es sabido son una serie de relatos que Marco Polo hace a Kublai Kan, el melancólico emperador de los tártaros.

Gracias a los temerarios, a los osados y delirantes hombres que bajo la forma de héroes legendarios han traspasado los límites de la lira, el espacio se fue ampliando y los lugares desconocidos se volvieron domésticos cuando los héroes volvían de sus viajes y contaban sus hazañas. Y así pasó con el Ulises homérico cuya versión moderna llega a nuestra época bajo la forma del desorientado dublinés Leopold Bloom en el Ulises de Joyce.

2. La disolución de los contornos: "*no limits*"

Pero los límites sobre los que se fundaban las ciudades pueden desaparecer desde su fundación o bien pueden borrarse por el flujo que los atraviesa. El primer caso es el de ciudades como Nueva York y Chicago (Sennet, 1990). Se fundan con una operación urbanística basada en una retícula o trama carente de centro y de bordes. Las razones exceden aquí su tratamiento, pero basta señalar ahora que la desaparición del centro es simultánea a la del límite. O dicho así: si no hay centro no puede haber límite. El caso de Nueva York y Chicago es el inverso de la ciudad romana, sobre todo de las desarrolladas a partir de un *castra*. Lo propio de las ciudades carentes de límites es que pueden crecer "i-limitadamente", a saber: "de-lirantemente".

Es sabido que Roma era una ciudad delirante, pero no es menos cierto que Nueva York también delira: *Delirious New York*, afirma Rem Koolhaas (Koolhaas, 2004). No es casualidad que ambas hayan sido sedes de un imperio. La primera basada en la concordia y en el sometimiento a la ley y el derecho (*ius*). La segunda, basada en la *pseudo*-democratización[3] y uniformización del *orbe* entero, bajo la forma de un "consumismo homogéneo". El primero está basado en el *ius*; el segundo en la democratización global que, mucho nos parece, oculta veladamente su verdadero principio rector: el capital.

El segundo frente por el que los límites pueden desaparecer es por su borrado. Este se lleva a cabo por desgaste, por uso. Ciertamente la imagen que mejor representa nuestra contemporaneidad es la de flujo. Y es justamente el flujo lo que ha producido la disolución de los contornos políticos (Guiddens, 2002) que como es sabido desde la Paz de Westfalia habían servido para georreferenciar los límites de los países. Hoy, más que una delimitación de los países solidificada por tramas de colores, es más real una representación por isobaras de altas y bajas presiones que miden los flujos que atraviesan las ya antiguas fronteras geopolíticas que desarrolló la Modernidad.

Flujo es la palabra que mejor define nuestra época: de inmigrantes, de mercancías, de turistas, de información, de datos y de dinero. Con razón, anota Bauman: "nuestro mundo se ha vuelto líquido" (Bauman, 2006). Llegados a este punto, conviene insistir que la disolución de los límites cancela la posibilidad de excluir territorialmente a delincuentes, bandidos, infieles, herejes, bárbaros, terroristas y extranjeros. Sí, en efecto, el mundo parece haber perdido sus alrededores (Innerarity). Ha perdido la posibilidad de enviar fuera lo tóxico y conflictivo, toda vez que los límites han desaparecido, entonces simultáneamente se ha perdido la posibilidad de distinguir los pares: dentro/fuera, local/

[3] Todo aquello para lo que Platón utilizó la palabra *pseudo*, fue para aludir a lo falso y a lo mentiroso, pero también a lo ficticio.

global, extraño/entraña, común/des-comunal. Carecer de un afuera, de un exterior ha hecho que la ecología emerja como una de las temáticas científicas y políticas más reveladoras de nuestro tiempo.

Privados de un afuera, en suma, carentes de espacios para enviar los escombros y desechos nos obliga a gestionar lo residual, lo tóxico metabolizándolo y no expulsándolo. Desde que en el mundo todo está dentro y nada queda fuera, se ha vuelto imprescindible la domesticación y la convivencia con lo patógeno, incrementándose los niveles de tolerancia. Ya no hay lugares para la expulsión, ni para el destierro, ni para la excomunión. El límite es el *orbe* mundo. Todo está dentro. El sueño delirante ha despertado con la realidad del perímetro terrestre.

3. Del "*no limits*" al "*no time*"

Y en este contexto la primacía del tiempo real se ha convertido en uno de los hallazgos más definitorios de la segunda mitad del siglo XX. Para hacernos cargo de su significado conviene retrotraerse hasta la Modernidad.

¿Qué fue la Modernidad? Para Kant, la mayoría de edad. Y también la erección de un sujeto trascendental erguido sobre sí, emancipado de las costumbres y las tradiciones con un convencimiento inquebrantable en las exclusivas fuerzas del sujeto. Se es mayor de edad cuando se tiene opinión propia, cuando no se depende de nadie, cuando se puede vivir emancipado. El producto más elaborado de ese "sujeto trascendental", fue la razón y su optimismo. Ambos, incrementaron la idea de un progreso indefinido que acabó por convertirse en el paradigma del Occidente eurocéntrico.

El progreso indefinido es correlativo a la idea de futuro progresivamente mejor y al mismo tiempo a la idea de novedad. Pero cuando el mundo moderno entra en crisis tras la segunda Guerra Mundial, sus paradigmas y valores también lo hicieron solidariamente. La Modernidad entera con todos sus presupuestos y promesas fue sometida a una cura de adelgazamiento que no dejó indemnes a las ideas de progreso, de futuro y de novedad.

Es llamativo que gran parte de los valores de la Modernidad guardara estrecha relación con la noción de tiempo. La Modernidad mantuvo una estrecha relación con la idea temporal de progreso indefinido y de futuro, entre otros motivos porque secularizó la idea cristiana de esperanza. Se despojó de la espiritualidad occidental secularizándola.

La cura de adelgazamiento más intensa se produjo en el ámbito de una razón que se tenía a sí misma como único y exclusivo instrumento de validación del mundo. Pero, conviene recordar aquí que, todo ese mundo idílico que había confiado a la razón un progreso infinito se decantó en dos guerras mundiales, en los campos de concentración, en el holocausto judío, en el terror de la bomba atómica, en los bombarderos norteamericanos arrasando Berlín, Hamburgo, Dresde, Frankfort, Jena, y las v.1 volando sobre Londres y Coventry, etc. Desde entonces, "ser Moderno ya no era tan moderno".

La dieta a la que fue sometida la Modernidad dio lugar al repliegue historicista que acabó por inocularse en la cultura bajo la forma conocida como Postmodernidad. El fervor moderno menguó y el mundo se emancipó esta vez de "la mayoría de edad" que rompía con el pasado, rehabilitándolo, eso sí, en términos de *collage* y de ironía, como es sabido.

Además, la potencia simbólica del progreso indefinido se disolvió en el hallazgo de las nuevas tecnologías, sobre todo las llevadas a cabo en al ámbito de la comunicación con la vigencia y el primado de un "sólo ahora" y de un presente continuo. La noción moderna de progreso que reemplazó a la de tradición fue sustituida por una nueva versión del *carpe diem*, ajeno a las nociones de futuro. El tiempo se contrajo a mero presente, disolviéndose toda la secuencia temporal en mero presentismo. No hay más contexto que el instantáneo.

Se produce entonces una rebaja sustancial de la noción de tiempo; el eclipse del espesor temporal fue la gran transformación a la que asistió el mundo de finales del siglo XX, generándose lo que Baudrillard definió como "despresurización de Occidente" (Baudrillard, 2002). Desde entonces, tomaron relieve las nociones de simulacro, de ubicuidad y de sincronización que tan de moda pusieron Paul Virilio y Jean Baudrillard.

4. Sincronización meta-real: el tiempo real

Las nuevas tecnologías, los *media* han colonizado el *orbe* y lo han hecho aglutinando al mundo no en el sometimiento al Derecho (Roma), ni el sometimiento a una espiritualidad (*Christianitas*), ni en el sometimiento al mercado y el consumo por más democrático que se revele (eurocentrismo), sino en el sometimiento a una instancia temporal: "el tiempo real". La sincronización ubicua del *orbe* entero ha sido posible tras la generación de un nuevo continente ingrávido, supra-territorial, meta-territorial

y meta-político[4]: la red. Desde entonces, parece unificarse el comportamiento humano como si de una bancada de peces se tratara, que como es sabido reaccionan acompasadamente frente al mismo estímulo.

En la red no hay límites ni liras, ni delirios como bien conocen los *hackers*: todo es exterioridad. Y más: la profundidad se ha disuelto, y lo que acontece sucede en un eterno y fluido presente que nos aboca al *cyber*-nihilismo del *cyber*-mundo.

Es verdad que Nietzsche declaró "la muerte de Dios", pero ese crimen fue simbólico, afirma Baudrillard. La muerte de lo real es un crimen más sutil y perfecto porque no afecta a Dios sino a la realidad. Si el grado de perfección de un crimen depende de los restos que deja tras de sí, el asesinato de lo real es más sofisticado y perfecto porque no deja cadáver; el muerto carece de lugar.

Virilio, en la misma línea, sostiene que la imagen que mejor representa nuestra contemporaneidad es la velocidad[5]. Una velocidad no mediada por el espacio sino exclusivamente por el tiempo que nos permite "llegar sin haber partido". El tiempo real no está sujeto a memorias, identidades ni calendarios, sino a ceros y unos. Es un tiempo digital, virtual, que construye un presente permanente que se ha vuelto mundo.

Conviene anotar que ahora, la noción de límite cambia. Si antes estaba vinculado a una realidad física, psicológica y moral que otorgaba seguridad, actualmente está asociado a una mera sombra electrónica que ha perdido su fuerza intimidatoria y su topología ¿Qué parece definir nuestra época? La aceleración y la pérdida del límite real. Ahora, el nuevo continente desprovisto de gravedad convierte lo real en algo meramente exterior, privado de secuencia temporal. Este es el fenómeno que acaba por generar la muerte del espacio y ¿por qué no? de la calle (Koolhaas, 2006: 24). El nuevo espacio es a-tópico (Virilio, 1991), carece de lugar, o si se prefiere es i-localizable. Ya no nos desplazamos a un dónde, sino a un cuándo: ¡adiós espacio!

Y dado que la idea de límite es solidaria de la de centro, cuando los contornos y los límites se disuelven y desaparecen solidariamente lo hacen los centros. Hoy el centro no es un lugar, no es una instancia espacial física. Hoy, "el centro es el tiempo" y, justamente eso, es lo que explica la sensación de destierro que el ciudadano siente en la actualidad. La gente ya no queda en las plazas, ni en las calles, sino en las redes sociales, y los muros y filtros que existen se saltan y asaltan con un inconsciente *input*, o con una mera acreditación, curiosamente la de "la mayoría de edad".

5. Sincronización virtual y extinción corporal

La tendencia a la des-corporalización, al sedentarismo virtual, es constante. Los grandes movimientos sociales actuales se desplazan por la red. El espacio ha dejado de ser el medio para el desplazamiento. Todo se ha interconectado, de modo que la nueva forma de exclusión no es la civil, ni la espiritual, ni la laboral, ni la consumista, sino la desconexión. Estar desconectado es estar excluido.

Estar desconectado es estar privado de la posibilidad de participar del lugar donde ahora acontece lo real: la red. En la red, lo real carece de pasado y de futuro y su área de impacto alcanza la totalidad del *orbe* conectado. La propagación y difusión a la totalidad del globo se ha resuelto en acción que afecta a todos, a cada uno y a la vez. A eso le llamábamos sincronización. La sincronización, ciertamente, garantiza la disponibilidad. Pero ¿es real lo que está disponible?

No nos cabe duda que los contenidos sustraídos a las coordenadas espacio temporales pierden profundidad y acaban por generar una cierta parálisis derivada del empobrecimiento de la mirada que, por otra parte, es la que se corresponde con la incapacidad de discernimiento. Dice Baudrillard que cuando la información está disponible instantánea y ubicuamente, el tiempo alcanza un grado de perfección que también es su punto de desaparición. La desaparición es lo que se sigue de la simultaneidad. Del mismo modo que el exceso de información clausura la información, el exceso de comunicación clausura la comunicación. Cuando la información y la comunicación se saturan en el tiempo real, la atención cognitiva queda reducida a la emoción y de ahí al escándalo parece haber un breve trecho.

En efecto, "la humanidad no tolera demasiada realidad", decía T.S. Eliot en sus afamados "cuatro cuartetos". Cuando la simultaneidad es total la representación se vuelve problemática porque no hay tiempo para ubicarla y llevado al extremo, para que ocurra. Es más que posible que un exceso de información se vuelva incompatible con su conocimiento. Anota Baudrillard, que: "si el mundo bascula hacia el delirio, debemos adoptar un punto de vista delirante" (Baudrillard, 2002: 59).

[4] El prefijo *meta* quiere poner de relieve el enclaustramiento tanto de la política como de la ciudad en la velocidad de la comunicación instantánea, así como en la deslocalización de la práctica política y de la *polis* que se ha transformado en un lugar carente de unidad de tiempo.

[5] Para Paul Virilio, la *dromosfera* (que viene del griego *dromos*: carrera) es el reconocimiento de que la velocidad es lo que alumbra el universo de los fenómenos perceptibles y medibles y reconocibles.

6. Ceguera cognitiva y política: de la representación a la emoción

Se ha dicho que el exceso de realidad satura. Produce ceguera. Desorienta. Y es justamente eso lo que nos pasa al sustraernos las referencias espacio-temporales. Es lo que sucede cuando somos aturdidos en la misma instancia temporal por multitud de datos y contenidos.

La representación tradicional de los contenidos palidece frente a la instantaneidad. Los sociólogos y los psicólogos anotan que el efecto de la desorientación es la soledad. La única certeza es que los datos y los contenidos pasan más deprisa que capacidad de cognición tenemos. Insistimos: la novedad de nuestra época consiste en un nuevo giro copernicano. Giro que no hace que el hombre orbite alrededor del mundo, sino el mundo ingrávido alrededor de él, arrastrándonos en su aceleración ingrávida que nos ciega, aturde y despolitiza. De esta forma se hace verdad el dicho orteguiano: "lo que nos pasa es que no sabemos lo que nos pasa".

Así pues, más que conocer lo que podemos permitirnos es emocionarnos. Los contenidos presentistas no alcanzan a tener una finalidad cognitiva sino emotiva. En este escenario, no tiene sentido una democracia de la opinión o de la representación pública. Parece haber transitado hacia la emoción pública. Virilio insiste constantemente: asistimos a la suplantación de la opinión por la emoción pública.

Si más atrás la democracia estandarizaba y simbolizaba comportamientos, la democracia del tiempo real lo que lleva a cabo es sincronizar emociones para su presentación. En "Ciudad pánico" (Virilio, 2008), se advierte que emoción e infantilismo promocional son a realidad virtual sincronizada e instantánea, lo que estandarización y producción mimética son a realidad industrial (Virilio, 2008: 21). Así que nos hemos deslizado de las revoluciones de la Modernidad a las revelaciones de la Hiper-modernidad; de las representaciones a las presentaciones que, carentes de un *topos* localizable, se sitúan no en un "dónde", sino en un "cuándo" del tiempo real ilocalizable, y está por ver que controlable políticamente ¿Qué *polis* hemos construido? ¿Qué política corresponde a una ciudad a-tópica, carente de lugar? ¿Es posible una política de la meta-territorialidad?

Los efectos en el ámbito del conocimiento y del lenguaje parecen inevitables. La pretensión de un conocimiento simultáneo a una información simultánea, en tiempo real, se acaba topando con la perplejidad que produce. Ciertamente, desde la Modernidad trascendental el conocimiento transitaba del sujeto al objeto; no había objeto sin sujeto que lo percibiera. En la actualidad, asistimos a la rebelión de los objetos que habiéndose "ruborizado" le han declarado un duelo al sujeto y parece haber concluido con la victoria del objeto. Nuestro mundo asiste a la desaparición del sujeto en el horizonte del objeto, tornándose problemático el conocimiento.

Nada parece moverse de la causa al efecto, sostiene Baudrillard. El sistema tradicional de conocimiento se ha desbocado y des-regularizado; se ha vuelto mundo y no parece haber forma de controlarlo desde las herramientas del sistema (Baudrillard, 2002: 67). Es paradójico. La perfección del sistema, la pretensión de encontrar un punto de vista capaz de abarcar simultáneamente toda la realidad, como si del ojo de Dios se tratara ha implosionado. Cuanto mayor y más intensamente abordamos al objeto, mayores e intensas son las estrategias que despliega para desaparecer ¿Qué es hoy un objeto, un espacio, una ciudad? Lo que escapa al sujeto. Y resta como única afirmación, que en nuestro mundo el verdadero escándalo consiste en atentar contra el principio de realidad, no contra los valores morales. No es casualidad que directores y guionistas sigan dándole vueltas a uno de los tópicos más manoseados de la historia de la filosofía: la dicotomía de lo real y lo ideal. No es casualidad que películas como *Matrix* den un nuevo lustre a la vieja oposición entre verdad y apariencia. Para todo ello, Hollywood transforma cinematográficamente ideas que parecían lejanas, metafísicas y apolilladas, volviéndolas de rabiosa actualidad.

En el ámbito del lenguaje conviene anotar que el marco de representación ha desaparecido y que la posibilidad de inscribir la realidad en un contexto reconocible y recíprocamente comunicable se vuelve problemática. La hermenéutica se devalúa frente a un contexto digital y binario que no puede captar los matices, ni la ironía, ni los peligros sutiles, ni las bromas, como sucede en ciertos tipos de autismo. El lenguaje se enclaustra en la cárcel del nuevo continente ingrávido, simplificándose digitalmente y prevaleciendo sobre el simbolismo figurativo de los lenguajes naturales.

Las operaciones binarias de codificación y descodificación, anota Baudrillard, sustraen la magia y el simbolismo del lenguaje por lo que la reciprocidad simbólica se vuele un ejercicio inútil (Baudrillard, 2002: 60) y nos tememos que, al cabo, aporético. La tensión, entre el mundo *cyber* virtual, simultáneo a los sucesos, capaz de exterminar lo real, frente al lenguaje natural, el de la perspectiva crítica, cargado de mundos simbólicos y reales, ubicados espacio-temporalmente, está planteada y creemos, es inevitable ¡Bienvenidos al desierto de lo real! *Matrix*.

7. Bibliografía

Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Barcelona: Paidós.

Baudrillard, J. (2002). *La ilusión vital*. Madrid: Siglo XXI de España editores.

Cacciari, M. (2010). *La ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.

Calvino, I. (2007). *Las ciudades invisibles.* 15ª edición. Biblioteca Calvino. Madrid: Ediciones Siruela.

García Sánchez, R. (2013). *Meditación sobre la ciudad actual. Movilidades transeúntes*. Murcia: Edit. um.

Guiddens, A. (2002). *Un mundo desbocado*. 4ª edición. Madrid: Taurus.

Innerarity, D. *Un mundo sin alrededores*. Revista CIDOB *d´Afers Internacionals*, nº 82-83.

Koolhaas, R. (2004). *Delirio de Nueva York*. Barcelona: GG mínima.

—. (2006). *La ciudad genérica*. Barcelona: GG mínima.

Rykwert, J. (1985). *La idea de ciudad. Antropología de la forma urbana en el mundo antiguo*. Madrid: Blume.

Sennet, R. (1990). *Las ciudades norteamericanas: planta ortogonal y ética protestante*. Revista internacional de Ciencias Sociales, septiembre de 1990, nº 12.

Virilio, P. (1991). *La ciudad sobrexpuesta*, en: *The lost Dimensión*. New York: Ed. Semiotexte.

—. (2008). *Ciudad Pánico. El afuera comienza aquí*. Caracas: Monte Ávila Editores latinoamericana.

ÍNDICE ▷

LA IMPORTANCIA DE LO *GLOCAL* EN LOS NUEVOS PROYECTOS CULTURALES (MADRID, 2008 – 2014)

Alicia Serrano Vidal
Investigadora independiente

Lunes 15 de septiembre de 2008. El titular en portada de la edición vespertina de *The Economist* fue el siguiente: *Pesadilla en Wall Street* (15/09/2008, *The Economist)*. Y no era para menos, la bolsa americana había sufrido su peor caída desde los atentados acaecidos en Nueva York en el año 2001.

En un abrir y cerrar de ojos, esta situación dejó de ser un problema tan sólo en el ámbito norteamericano para convertirse en una catástrofe económica a nivel mundial. La globalización económica era una realidad incuestionable y tras la quiebra de Lehman Brothers (detonante de esta situación), tanto las bolsas asiáticas como las europeas se vieron azotadas por este embate financiero. En consecuencia, algunas de las economías más relevantes a nivel global, empezaron a caer en picado.

Nuestro país se vio especialmente afectado por la tesitura generada a partir del descontrol de las hipotecas subprime. Como explica Carlos Granés, "la crisis económica llegó un día a España y, de la noche a la mañana, sin que buena parte de la población entendiera muy bien porqué, transformó a un país próspero en un contagiado al borde del desplome financiero" (Granés, 2011: 446).

Y, cinco años después, así seguimos: sumidos en plena crisis económica, social y política. Una situación en la que, por otro lado, el mundo de la cultura se está viendo gravemente afectado. Y es que, en momentos como éstos, se muestran con claridad las prioridades de nuestros gobernantes; y, tristemente, la cultura no está siendo una de ellas.

A pesar de todo, si nos detenemos a observar qué está sucediendo a nuestro alrededor, veremos que no todo está perdido. Haciendo de la necesidad virtud, a lo largo de estos últimos años, han surgido una gran cantidad de propuestas culturales de carácter alternativo e independiente.

Precisamente con esa sensación de que algo estaba cambiando en nuestro entorno cultural y, centrándome en la realidad concreta de Madrid, decidí iniciar una investigación en torno a este tipo de iniciativas culturales. Este estudio se ha realizado a través de la selección y el análisis de dieciséis proyectos surgidos durante los últimos seis años, con el fin de cumplir un claro objetivo: comprender cuáles son las características de estas propuestas e intentar asimilar hasta qué punto éstas son compartidas.

Según F. Conde y L. E. Alonso, el contexto social en el que nos encontramos, conlleva la construcción de un nuevo tipo de sujeto flexible y con capacidad de adecuación a las nuevas exigencias (Conde y Alonso, 2002: 34). Y precisamente esa sería una de las características principales de estas nuevas propuestas: su capacidad de adaptación al medio.

Son espacios, colectivos y proyectos que, intentando cubrir carencias o buscando nuevas opciones, se han vinculado al mundo de la producción y la gestión cultural de carácter independiente. Proyectos que, partiendo de una coyuntura general complicada, aspiran a romper con modelos previos y obsoletos, para generar nuevas dinámicas de funcionamiento.

Son muchos los rasgos que les definen; sin embargo, a lo largo de este artículo me gustaría centrarme en uno de ellos: la relación ambivalente que se establece entre la presencia de estas iniciativas en Internet y la actividad desarrollada en su entorno físico más directo.

1. El ámbito virtual

No es ningún secreto, Internet no sólo se ha convertido en un elemento más dentro de nuestra vida cotidiana; ha llegado a ser algo fundamental en nuestro día a día.

Si durante los años ochenta y principios de los noventa, su campo de aplicación quedaba reducido al ámbito de la investigación (ya que requería conocimientos informáticos avanzados); con el cambio de siglo, y gracias al desarrollo de determinados sistemas que facilitan y democratizan su uso, Internet se ha extendido mucho más allá de estos ámbitos y se ha convertido en un fenómeno de masas (Cremades, 2001: 179).

Con la llegada de la llamada Web 2.0 (comunidades de usuarios, servicios, interfaces, etc.) y el auge de las Redes Sociales, el tráfico de información a través de la red ha aumentado de manera exponencial. Este nuevo medio, ha potenciado una nueva forma de comunicación que, a su vez, ha sido el germen de la llamada "Cultura Digital": un nuevo modo de entender el flujo de información, el intercambio de conocimiento y las relaciones sociales.

Parte del secreto de su éxito lo podemos encontrar en el papel del usuario o internauta: ya no se trata de un sujeto pasivo que se limita a consumir contenidos. Muy al contrario, en palabras de García Canclini, el internauta es un "actor multimodal que lee, ve, escucha y combina materiales diversos" (García Canclini, 2007: 32), ser internauta supone ser un agente activo.

En el campo de la cultura, además, Internet se ha constituido como un espacio de trabajo en el que encontrar todo un nuevo marco de posibilidades de gestión, creación o difusión. Como indica Karin Ohlenschläger, es muy importante constatar que "los colectivos hoy disponen de herramientas de comunicación y difusión mucho más ágiles y eficaces que en épocas anteriores" (Ohlenschläger, 2011: 54).

Durante las entrevistas que se realizaron como parte de esta investigación, todos los representantes de las iniciativas estudiadas aseguraron que tanto las Nuevas Tecnologías, como Internet y las Redes Sociales se han convertido en un elemento básico en el desarrollo de sus proyectos: les han permitido manejar nuevas formas de organización, comunicación y difusión.

En la conversación que mantuvimos con los miembros de *noestudio*, por ejemplo, nos explicaron que para ellos, las Redes Sociales son muy importantes porque son herramientas asequibles que generan comunicación y difusión inmediatas. Por otro lado, aseguraron que valoran enormemente la capacidad que estas Redes ofrecen para contactar con todo tipo de gente que pueda estar interesada en su proyecto[1].

Por tanto, para las nuevas propuestas culturales, el hecho de que estos nuevos medios les hayan permitido generar un espacio virtual propio, de un modo eficaz y asequible, es sumamente importante. Como explica Daniel Silvo (comisario de las exposiciones *Una Historia Vintage* y *Dúplex*, también analizadas en esta investigación), Internet "te permite trabajar de forma independiente y eficaz, partiendo de pocos medios"[2].

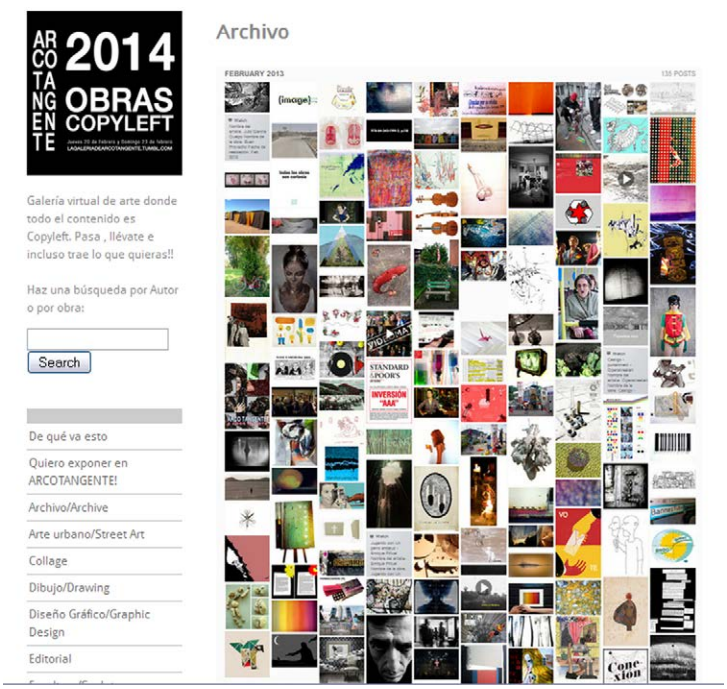


Fig. 1 – *Arco Tangente*, Galería virtual que expone parte de sus obras también en el espacio urbano. (Proyecto desarrollado por *La Galería de Magdalena*). Fuente: http://lagaleriadearcotangente.tumblr.com/

[1] Información extraída de la entrevista realizada a los miembros de *noestudio* el día 14 de diciembre de 2012.

[2] Información extraída de la entrevista realizada a Daniel Silvo el día 12 de marzo de 2013.

Otro de los motivos por los que los nuevos grupos valoran Internet es la facilidad con la que se pueden establecer redes de contacto y trabajo con otros proyectos y colectivos. Debemos tener en cuenta que, bien sea por la situación de crisis en la que nos encontramos o por que se está produciendo un cambio de paradigma en los modos de entender y producir la cultura, uno de los rasgos básicos de estos proyectos es su tendencia hacia lo colectivo y hacia el desarrollo de redes de trabajo. Y es que, según explica la creadora de *Agenda Magenta* (otra de las iniciativas estudiadas), las redes de trabajo son la estructura natural de la colaboración, por lo que aportan ventajas como: "conocer a otros, expandirse, apoyarse y hacerse más fuerte"[3]. Por ello, la posibilidad de establecer redes virtualmente es algo de suma importancia para estos proyectos.

Debido al desarrollo de la Cultura Digital y a su expansión a través de las Redes Sociales, se han difuminado las barreras geográficas y económicas, se han acortado las distancias y se ha creado un flujo continuo de interactividad (González, 2011: 3). Se han instaurado, por tanto, nuevos modos de cohesión social en los que cada colectivo o cada individuo se convierte en uno de los nodos de una red global, polimorfa y adaptable. Se ha generado, como indica Luis Alberto Quevedo, "un territorio de intercambios hasta hoy desconocido que encuentra su fuerza en este nuevo vínculo que se ha establecido entre tecnologías y cultura" (Quevedo, 2007: 7).

Gracias a ello, estas iniciativas han potenciado la creación de una colectividad formada por grupos de amigos, simpatizantes y seguidores: un espacio social en el que interactuar directamente con los usuarios. Y en este caso, además, hablar de "espacio" no es casual.

Tomando como referencia la teoría de Marc Augé, podemos considerar Internet como un nuevo "no lugar" de carácter virtual: un ámbito creado para la circulación libre y solitaria de internautas. Del mismo modo que en los "no lugares" tradicionales se debía tener en cuenta no sólo la realidad del espacio constituido, sino también la relación que los individuos mantuviesen con el mismo; también podemos considerar Internet como un lugar antropológico establecido por los recorridos que en él se efectúan, los discursos que allí se sostienen y el lenguaje que se utiliza (Augé, 1992: 87). No obstante, deberíamos ir más allá, pues las nuevas iniciativas culturales no se limitan a circular y crear itinerarios a través de la Red: generan espacios propios dentro de la misma.

Volvamos, de nuevo a Augé: éste indica que "el término «espacio» en sí mismo es más abstracto que el de «lugar»" (Augé, 1992: 87); pues, tomando como referencia a Michel de Certeau, Augé explica que el espacio es un "lugar practicado". Se trata, pues, del espacio antropológico surgido de la experiencia de quien lo habita; o, dicho de otro modo, son los habitantes de un lugar los que, en su relación con el mismo, lo convierten en un espacio (Augé, 1992: 85).

Por tanto, "habitando" la Red y generando áreas virtuales propias, estos colectivos transforman un apartado del "no lugar" virtual, en un espacio propio, orgánico y adaptable a sus necesidades.

Ese espacio puede ser tan amplio o reducido como cada colectivo decida: puede constituirse como un lugar concreto, como sería un blog o una web; o puede generarse a través de cuentas propias dentro de Redes Sociales como Facebook, Twitter, etc… Se trata, en todo caso, de abrir una puerta que les permita aumentar la difusión de sus propuestas, de su actividad. Hacer propio un medio a través del que anunciar sus proyectos, interactuar con el público o con otras iniciativas, o documentar y generar un archivo de sus propuestas y experiencias. Se trata, por tanto, de crear un sitio paralelo a su realidad física. Un lugar virtual de alcance potencialmente global.

Estamos ante toda una suerte de gestión cibernética de la cultura que favorece la aparición de nuevos modelos de espacios y no-lugares a través de los que generar redes que potencien la multiplicidad y la diversidad del hecho y la gestión cultural. Todo esto sin perder de vista, claro está, las necesidades y los rasgos propios de cada propuesta.

Por tanto, podemos considerar que se ha generado un nuevo espacio público en el que se han multiplicado las redes culturales. Es lo que José Ramón Insa Alba ha denominado como "Espacio Expandido":

> Una amalgama de capas a modo de hojaldre en la que se intercalan las realidades físicas o analógicas y las digitales o virtuales", un área en la que "la dinámica de las redes supone un mecanismo de desterritorialización de flujos interculturales amplios. (…) La translocalización de las identidades transforma los contextos, desestabiliza las fronteras nítidas y lo hace en una especie de bruma entre lo propio y lo ajeno (…). La identidad global y la local interactúan (Insa Alba, 2010: 15).

[3] Información extraída de la entrevista realizada a los miembros de *Agenda Magenta* el día 16 de abril de 2013.

Explicaba M. Foucault que las heterotopías son lugares efectivos, una especie de utopía realizada donde los emplazamientos reales están a la vez representados, cuestionados e invertidos. Áreas que tienen "el poder de yuxtaponer en un solo lugar real múltiples espacios, múltiples emplazamientos que son en sí mismos incompatibles" (Foucault, 1967). Por tanto, podríamos considerar a este "Espacio Expandido" como una heterotopía: un espacio real en el que se yuxtapone e interrelaciona toda una multitud de emplazamientos, símbolos y archivos. Un espacio que permite lo simultáneo, la unión entre lo próximo y lo lejano, la combinación entre lo disperso y lo concentrado.

Se trata de una nueva concepción de la presencia deslocalizada y desterritorializada a través de la interactividad digital, en la que lo físico sigue estando presente.

2. La importancia de lo local

Según Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, la Cultura Mundo o Cultura Global es la causante de una gran paradoja desarrollada en la actualidad: vivimos inmersos en la sociedad del individuo, del consumo, de los mercados, de la tecnociencia… nuestro entorno cultural potencia el desarraigo de los límites culturales territoriales. Y, ante este fenómeno, surge la necesidad de vivir experiencias y vivencias auténticas, cercanas (Lipovetsky y Serroy; citados en Martí Sambola, 2012: 97).

En este sentido, las integrantes de *Moenia* (otro de los proyectos analizados) defienden que la crisis ha despertado la conciencia social: se ha sentido la necesidad de romper con el encorsetamiento de la cultura. Añaden que, por ello, una nueva generación de agentes culturales está intentando vincular al ciudadano con su entorno, redescubriendo la importancia de lo local[4].

Vemos, por tanto, que se está produciendo un auge de la socialización y de los diferentes modos de estar juntos (Conde y Alonso, 2002: 38). Y en este proceso, inevitablemente, el encuentro físico sigue estando presente.

A pesar del proceso de globalización y de vivir en un mundo aparentemente desterritorializado, lo físico y en consecuencia, la ubicación, sigue siendo un eje central. Y esto también es debido a lo que Richard Florida denomina la "Fuerza de la Concentración". Un concepto basado en la idea de que viviendo "los unos cerca de los otros, se generan nuevas ideas y la productividad (y la creatividad) aumentan. La fuerza de la concentración permite que seamos más productivos (…)" y ha convertido a determinadas ciudades en hábitats perfectos para el desarrollo de grupos y proyectos de carácter cultural y/o artístico (Florida, 2008: 19).

Fig. 2 – Cartel del proyecto "Juegos para urbanitas", organizado por el Colectivo Catenaria en febrero de 2012. Fuente: https://www.facebook.com/colectivo.catenaria/photos_all

Es precisamente esto lo que parece estar sucediendo en Madrid: pese a estar sumida en un momento de crisis que, por cuestiones económicas pero también políticas e ideológicas, está afectando gravemente a la cultura; a pesar de todo, es una ciudad viva donde la cultura independiente se muestra activa, donde continuamente nacen nuevos proyectos culturales dispuestos a sobrevivir en el epicentro de una coyuntura realmente desoladora. En relación a esta apreciación, uno de los miembros de *La Pandemonio* (otro de los proyectos estudiados durante esta investigación) nos explicaba que, en su opinión:

> Madrid es una ciudad efervescente a nivel cultural. Bien sea porque es la capital y mucha gente llega aquí buscando oportunidades o bien sea porque es una ciudad acogedora donde la gente se siente a gusto… lo cierto es que algo está haciendo que todo eclosione, que empiecen a surgir proyectos, iniciativas, vida cultural[5].

Y es que la proximidad física potencia la convivencia directa, la comunicación entre individuos con intereses similares. Favorece, por tanto, el intercambio de información e ideas y la

[4] Información extraída de la entrevista realizada a los miembros de *Moenia* el día 26 de octubre de 2012.

[5] Información extraída de la entrevista realizada a los miembros de *La Pandemonio* el día 16 de diciembre de 2012.

colaboración… la vida en la ciudad, en consecuencia, pone en común todos aquellos elementos necesarios para potenciar la creatividad y generar nuevas propuestas.

Es lo que Michael Porter denomina la "Paradoja de la localización": "la ubicación sigue siendo importante; cuanto más móvil se vuelve todo, más importante es la localización" (Porter; citado en Florida, 2008: 29).

En el campo de la cultura, la necesidad de esta unión entre lo virtual y lo físico está relacionada, en parte, con una cuestión práctica de supervivencia y de maximización de recursos.

Podemos tomar como ejemplo de ello a *Curators' Network* (fig.3). Los creadores de esta red europea de agentes artísticos aseguran que, para su proyecto, el funcionamiento a dos niveles es básico: por un lado está el nivel virtual, constituido a través de su sitio web en el que, además, han generado una base de datos con la información relativa a todos los componentes de esta red. Es en este nivel donde generan un contacto continuo con los diferentes miembros de la red y donde sus actividades adquieren una mayor difusión. Por otro lado, estaría el nivel real, que serían todos los encuentros y actividades que organizan: momentos en los que se produce un contacto directo entre los diferentes miembros de este proyecto y se lleva a cabo un intercambio de ideas, opiniones, experiencias… Aseguran que si sólo tuviesen en cuenta el nivel real, la repercusión de los encuentros sería mínima; pero si sólo existiesen a nivel virtual, la red no funcionaría[6].

Por tanto, si bien es cierto que la importancia de Internet (y de las redes surgidas en su "interior") pone en cuestión lo territorial y plantea nuevas rutas menos marcadas y previsibles; también lo es el hecho de que el propio territorio, el factor "físico", siga estando presente, siga siendo importante. Y es que la fluctuación de los puntos de referencia cultural y la acentuación del individualismo que ha traído consigo la mundialización de la cultura, también ha hecho necesaria la producción de un sentido vinculado con lo particular, lo propio, lo local (Augé, 1992: 43).

Ha surgido la necesidad de potenciar la cultura de proximidad para consolidar tanto la identidad como la cultura propias. Se genera, de este modo, lo que J.R. Insa Alba denomina "Proxicuidad" (la unión entre la proximidad y la ubicuidad), en la que se propone un equilibrio entre el contacto de cercanía y la demanda de dispersión (Insa Alba, 2012: 42). Es, pues, una unión entre ambas

Fig. 3 – Fotograma del vídeo promocional del proyecto Curators' Network. Fuente: http://www.curators-network.eu/

realidades: la tendencia hacia lo global nos está llevando de la mano hacia lo local.

A lo largo de las 16 entrevistas realizadas, se fue viendo que el contacto con su entorno directo es algo importante para ellos. Algunas iniciativas lo consideran algo fundamental. Desde *Espíritu·23*, por ejemplo, nos comentaron que "incluso el local en el que se ha ubicado el proyecto es una declaración de intenciones: la entrada es un porche abierto a la calle. Estamos, textualmente, abiertos al barrio, a sus inquietudes, a sus propuestas, a sus necesidades. Somos parte del barrio y el barrio es parte de nuestro proyecto"[7].

Por lo tanto, podemos decir que para estos grupos la ciudad (su entorno), es un elemento básico en el desarrollo de sus proyectos. Y, de hecho, tanto sus actividades como el contacto que mantienen con el vecindario en el que se ubican, así lo demuestran.

Quizás el mejor ejemplo sea la Red de Agentes Culturales de Tetuán (Ract, fig. 4), un proyecto que surge de la unión de varios colectivos y espacios culturales ubicados en el Barrio de Tetuán. Con esta propuesta, se ha generado una red de agentes culturales, intentando crear sinergias a través de la colaboración y el contacto directo con el barrio y los habitantes de Tetuán. Así lo explican en su blog, donde se describen del siguiente modo:

> Este proyecto se presenta como una propuesta para poner en relación a todos estos agentes con la finalidad de poder generar redes de trabajo que sirvan de base para futuras colaboraciones en los más diversos proyectos, potenciar la vida cultural y creativa

[6] Información extraída de la entrevista realizada a los miembros de *Curators' Network* el día 11 de diciembre de 2012.

[7] Información extraída de la entrevista realizada a los miembros de *Espíritu·23* el día 24 de marzo de 2013.

en el entorno y establecer vínculos con los propios habitantes del distrito[8].

En esta iniciativa volvemos a observar, además, la combinación del nivel digital con el nivel físico. El trabajo con los ciudadanos y con los espacios del barrio es de suma importancia para ellos (es su razón de ser); pero para poder coordinar y gestionar su labor necesitan tener presente el nivel digital: a través de la web no sólo obtienen una mayor visibilización, sino también un espacio común en el que los diferentes miembros de la red pueden trabajar conjuntamente, estableciendo contacto y planteando la organización del grupo.

3. Lo glocal: un nuevo espacio híbrido de cultura

Fig. 4 – Cartel que anuncia la segunda reunión de la RACT en enero de 2012. Fuente: https://sites.google.com/a/moenia.es/culturatetuan/project-updates/iireuniondeagentesculturales-detetuan

Según José Ramón Insa Alba, "la cultura ya no circula en paquetes ce-rrados ofrecidos desde la presencialidad, lo digital es la realidad misma. (…) La sociedad, a través de estos sistemas híbridos, puede participar más que nunca en todos los procesos de generación de cultura" (Insa Alba, 2010: 142).

Se ha creado, como decíamos anteriormente, un nuevo espacio público donde se intercala la realidad física con la virtual, donde se produce una interacción entre la identidad local y la global. Esto queda patente en las palabras de María Salas (*Agenda Magenta*) cuando explica que su proyecto (y esto se podría ampliar al resto de las propuestas) "es local fundamentalmente, pero también es global por la escala no geográfica en la que se crean relaciones y conexiones entre proyectos, artistas y movimientos"[9]. Con ello vemos que, como indica Boris Groys, "el factor local no desaparece, sino se torna global" (Groys,?).

Gracias a este proceso, como decíamos, se ha generado un lugar liminal en el que tanto la realidad física de las nuevas propuestas, como su realidad virtual, interactúan generando un espacio híbrido donde desarrollar su actividad cotidiana. Un área, por tanto, en la que iniciativas como las que están siendo estudiadas en esta investigación, actúan como elementos activos catalizadores de nuevos modos de pensar y hacer cultura.

Un ejemplo claro sería La Galería de Magdalena (fig.1), una galería de arte urbana que gesta y gestiona sus proyectos desde la Red. Por tanto, las acciones llevadas a cabo en la web y en la calle se interrelacionan sin solución de continuidad: "Siempre tenemos presente el momento digital-analógico. Al principio, planificamos la galería como un blog en la calle. Porque, por una parte, tener el blog en la red te redirige a un lugar físico, que (a su vez) te redirige al lugar virtual. En la red, las necesidades son las mismas que en el medio físico. Pero Internet permite una difusión a nivel global, mundial"[10].

Como vemos, ambas realidades se retroalimentan, por lo que no pueden ser concebidas por separado. Y ese espacio al que podemos llamar "glocal", es un lugar que permite llevar a cabo labores de gestión, producción cultural e incluso de mecenazgo o financiación (a través de proyectos de microfinanciación o crowdfunding). Un territorio que permite trabajar con el público desde el contacto directo, llegando a generar acciones que podrían estar cercanas a la llamada estética relacional o, incluso, al arte contexto; pero también permite conectar con el internauta que, al encontrarse en la esfera de lo cibernético, se muestra dispuesto a interactuar con estos proyectos y sus propuestas para poder experimentar la vivencia expandida de la práctica cultural.

Esta unión entre ambos mundos facilita, además, la supervivencia de estas propuestas en un momento muy difícil a nivel social, económico y cultural. La oportunidad de combinar ambos ámbitos, les posibilita realizar su actividad abaratando costes, agilizando los trámites y creando inmediatez en sus propuestas.

Ya en 1967, Michel Foucault decía que el mundo actual se podría definir como "la época del espacio, de lo simultáneo, de la yuxtaposición, de lo próximo y lo lejano, de lo uno al lado del otro, de lo disperso" (Foucault, 1967)… curiosamente, casi cincuenta

[8] Red de Agentes Culturales de Tetuán: www.ract.es

[9] Información extraída de la entrevista realizada a los miembros de *Agenda Magenta* el día 16 de abril de 2013.

[10] Información extraída de la entrevista realizada a los miembros de *La Galería de Magdalena* el día 27 de octubre de 2012.

años después, vemos como ha surgido un espacio que encaja en todas y cada una de estas características. Un espacio tangente entre lo virtual y lo analógico que define la nueva realidad cultural: expandida, líquida, orgánica… una realidad adaptable a los nuevos tiempos en los que la sostenibilidad, la generación de redes y la capacidad de adaptación al medio se han vuelto mantras necesarios para el surgimiento y la supervivencia de proyectos culturales.

4. Bibliografía

Augé, M. (1992). *Los "no lugares", espacios del anonimato. Una antropología de la Sobremodernidad*. 5ª edición. Barcelona: Gedisa.

Conde, F. y Alonso, L. E. (2002). "Gente conectada: la emergencia de la dimensión fática en el modelo de consumo glocal" en *Política y Sociedad*, Universidad Autónoma de Madrid, Vol. 39, Nº 1, pp. 27-51.

Cremades, J. (2001). *El paraíso digital. Claves para entender la revolución de Internet y las telecomunicaciones*. Barcelona: Plaza & Janés.

Florida, R. (2008). *Las ciudades creativas. Porqué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*. Barcelona: Paidós.

Foucault, M. (1967). "De los espacios otros" (Des espaces autres), Conferencia dictada en el *Cercle des études architecturals*, el 14 de marzo de 1967 en *Architecture, Mouvement, Continuité*, nº 5, octubre de 1984. Traducida por Pablo Blitstein y Tadeo Lima.

García Canglini, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa.

González, C. (2011). "El arte relacional se traslada a la esfera virtual – Retratos de una sociedad digitalizada" en *ACTAS ICONO14, II Congreso Internacional Sociedad Digital* en *Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías,* octubre de 2011, nº 8.

Granés, C. (2011). *El puño invisible. Arte, revolución y un siglo de cambios culturales.* Madrid: Taurus.

Groys, B. (?). "La ciudad en la era de su reproductibilidad turística" en *Iconografías Metropolitanas*. Consultado el 20 de febrero de 2014 http://www.mac.uchile.cl/exposiciones/bienalsaopaulo/doctogroys.html

Insa Alba, J. R. (2010). "Redes distribuidas, nuevos mapas para una cultura atópica" en *Periférica: Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, nº 11, pp. 137-158. Consultado el 27 de enero de 2013 en http://www.edicionessimbioticas.info/IMG/pdf/redes_distribuidas_de_cultura_nuevos_mapas_para_una_cultur.pdf

—. (2012). "Redes geniales, redes disruptivas. Apuntes para avanzar" en Mestres, À. (dir.), *Música para camaleones. El black álbum de la sostenibilidad cultural,* pp. 36-45. Barcelona-Madrid: Tràsnit Proyectes.

Martí Sambola, O. (2012). "Ruralpower (o cómo centrarse en la periferia)", en Mestres, A. (dir.) *Música para camaleones. El Black Album de la sostenibilidad cultural*, pp. 94-97. Barcelona-Madrid: Tràsnit Proyectes.

Ohlenschläger, K. (2011). "Evolución de las iniciativas independientes en la década de 1980 y estado de la cuestión 30 años después" en Aramburu, N. (ed.), *Historia y situación actual de los colectivos de artistas y espacios independientes en el Estado Español (1980-2010): La otra historia,* Vitoria-Gasteiz: [s.n.]. pp. 51-55.

Quevedo, L. A. (2007). "Portabilidad y cuerpo: las nuevas prácticas culturales en la sociedad del conocimiento" en *Seminario sobre desarrollo económico, desarrollo social y comunicaciones móviles en América Latina*, Buenos Aires, UOC y Fundación Telefónica, 20 y 21 de abril de 2007.

5. Páginas Web

Agenda Magenta. Consultado en http://www.agendamagenta.com/

Colectivo Catenaria. Consultado en https://www.facebook.com/colectivo.catenaria?fref=ts

Curators' Network. Consultado en http://www.curators-network.eu/

Dúplex. Consultado en http://duplexmadrid.wordpress.com/

Espíritu·23. Consultado en http://espiritu23.com/coworking/

La Galería de Magdalena. Consultado en http://lagaleriademagdalena.com/

La Pandemonio. Consultado en http://www.lapandemonio.com/

Moenia. Consultado en http://moenia.es/

"Nightmare on Wall Wtreet", *The Economist*, 15 de septiembre de 2008. Consultado el 10 de mayo de 2013 en http://www.economist.com/node/12231236

Noestudio. Consultado en https://www.facebook.com/noestudio64?fref=ts

Rac. Consultado en www.ract.es

Una historia vintage. Consultado en http://vintagesessions.wordpress.com/

ÍNDICE ▷

MODA, LUJO, "RIVE DROITE", "RIVE GAUCHE": PERSONALIZACIÓN Y EXPOSICIÓN DEL ESPACIO URBANO PARISINO EN "GOSSIP GIRL"

Mónica Tovar Vicente
Becaria FPU. Universidad Complutense de Madrid

1. París expuesta: la mirada relativamente selectiva de *Gossip Girl*

La propuesta que se desarrolla a lo largo de estas líneas tiene como corpus de análisis a *Belles de jour* y *Doble identidad*, los dos capítulos inaugurales de la cuarta temporada de la ficción televisiva que protagoniza esta comunicación. Sin embargo, y a pesar de que, como se ha manifestado, París es el escenario urbano principal de esta selección, su presencia visual en el último episodio de la temporada número tres, repitiendo ubicación en la quinta, obliga a abordar a estas dos inclusiones, si bien, desde una perspectiva somera. De este modo, los poco más de ochenta minutos de la serie examinados suponen un ejercicio sustentado bajo el principio de lo estereotípico sirviéndose de la propia dicotomía existencial y configuradora de la capital francesa (*rive droite* vs. *rive gauche*) que es revertida en la identidad de las dos amigas protagonistas que disfrutan de sus vacaciones de verano en ella. Por el contrario, ese predominio de lo emblemático y recurridamente mostrado en los discursos cinematográficos concede también tiempo de expresión a ese otro perfil más realista y cotidiano de la metrópoli y que se introduce a partir de otro de los personajes principales del relato televisivo. Es decir, el elemento espacial evoluciona pasando de un estatus cercado por lo identificable y asociado publicitaria y artísticamente a la *ville lumière* a otro de mayores dimensiones que, de igual forma, ejerce un papel constitutivo fundamental.

1.1. Preámbulo y epílogo: la *ville lumière* según Blair y acorde a lo estereotípico

Según lo especificado, los dos episodios analizados quedan acotados en la sucesión serial por dos referencias incluidas en *Último tango y a París* y *El retorno del anillo*. La primera, correspondiente a la tercera temporada, supone la presentación de la capital francesa bajo la mirada del personaje de Blair (Leighton Meester). A partir de una conversación que tiene con su amiga Serena (Blake Lively), enuncia a una serie de ítems asociados a la urbe: destino al que han acudido varias artistas para escribir sus biografías y continente de áreas comerciales habitadas por grandes firmas de moda (concretamente, se alude a la del Palais-Royal –1er–)[1] e, igualmente y aunque de manera más genérica, de cafés convertidos en puntos de encuentro por nombres pertenecientes a diferentes ramas artísticas (como sucede con el citado *Café de Flore*, 6ème). Aunque subyacentemente, se desvela en este primer fragmento "parisino" (entrecomillado dada la inexistencia de imágenes complementarias) la personalidad del primer personaje y que es extrapolada al escenario urbano retratado: si en Blair coexisten el conocimiento e interés cultural y el disfrute asociado al estatus económico, el trazado metropolitano que

[1] Las alusiones que siguen la forma ner/nème responden al modelo referencial denominativo de los diferentes distritos parisinos. Si bien en algunas ocasiones se recurre al término en su acepción francesa, *arrondissement*, en la mayoría se trata de cifras numéricas continuando el sistema propuesto por la práctica totalidad de entidades galas y que, por ejemplo, es reconocible en mapas y materiales parejos.

se espera reconocer cuando la cámara se posicione en el marco europeo es uno coincidente dado el protagonismo residente en este individuo y que es el que ocasiona el traslado geográfico de la narración ante su decisión de distanciarse, tanto personal como espacialmente, de la pareja con la que ha concluido una relación.

Opuestamenteæsta anticipación, determinada por su naturaleza textual, las últimas escenas rodadas en territorio parisino: el recurso visual asume la función enunciativa dejando lugar en el diálogo desarrollado entre Blair y Eleanor (Margaret Colin), su madre, a una única referencia constitutiva de la metrópoli cuando la segunda le indica a la primera que ha suspirado en múltiples ocasiones desde que han pasado por el séptimo *arrondissement* (distrito que acoge en sus dimensiones a la Tour Eiffel, el Hôtel des Invalides y los museos de Orsay y Rodin, entre otros integrantes). Reside en esta selección una aproximación emblemática al presentarse al Arc de Triomphe (8ème), al Sena cruzado por el Pont d'Arcole (4ème) (en la misma composición, tomada desde la vía de Georges Pompidou, se presentan las torres de la Cathédral de Notre-Dame y que ocupan el fondo superior derecho) y al Palais de Chaillot en su extensión compartida con Trocadéro (16ème), retratados desde la referida Torre. Principalmente destaca la primera presencia al cumplir con la función localizadora que, durante un largo período de tiempo, ha sido efectuada por la construcción metálica del 7ème: habiéndose desarrollado el resto del episodio en el emplazamiento neoyorquino, la inclusión del plano ocupado por el arco erigido por Napoleón I en honor a sus tropas bélicas es suficiente para informar al espectador de la modificación espacial debido a su consideración y promoción como uno de los iconos de la *ciudad de la luz*. Si bien la conversación entre Eleanor y su hija tiene lugar dentro de un vehículo, las ventanillas y algunos planos breves permiten identificar a los Champs-Élysées (8ème) por los que discurren para, posteriormente, volver a conceder segundos de expresión a la construcción arqueada.

Por tanto, un inicio y una conclusión referenciales que, expresados a través de herramientas cinematográficas concretas, desmiembran la identidad de la ciudad haciéndola accesible desde múltiples perspectivas en el primer caso y recordando a sus constituyentes representativos[2] en el segundo, evidenciando, por ende, su dependencia estructural y existencial de los mismos.

[2] En este sentido, Alain Servel reconocía a finales de los años 80 que, desde mediados de siglo, las producciones norteamericanas "hacen un uso inmoderado de los lugares turísticos" quedando la construcción ideada por Eiffel como "indisociable de París siendo suficiente filmarla en los títulos de crédito para fijar el decorado, sin ambigüedad alguna" (1987: 17). En la actualidad, esa dependencia sigue manteniéndose en el imaginario ampliándose hacia otros constituyentes urbanos (como el Arco del Triunfo, Montmartre, el Museo del Louvre, los muelles del Sena o la Catedral de Notre-Dame, entre otros) que comparten con el diseño metálico su designación representativa de la *ciudad de la luz.*

2. Crisol identitario: autorretratos y aproximaciones a la metrópoli parisina

El examen analítico y localizador de *Belles de jour* y *Doble identidad* arroja dos resultados principales: en términos identificativos, las dos miradas que se ofrecen de la *ville lumière* remiten a la dicotomía naciente en la cinematográfica gala durante las primeras décadas del siglo XX y que se han mantenido como conductoras de sus diferentes épocas creativas. Frente a ese muestrario sostenido en el principio de la postal en la que los elementos arquitectónicos e históricos distintivos son sus habitantes, el de ese otro surgido del posicionamiento de la cámara en escenarios también naturales, configuradores de la urbe, pero, que se descubren cuando se participa activamente de ella; es decir, cuando se la recorre, pasea, se asume el rol ejercido a diario por sus habitantes. Por su parte, y en cuanto a las identidades asociadas a la metrópoli según los personajes que discurren por ella y, de manera más específica, por sus diferentes barrios y distritos, se reconoce a una bicefalia tripartita, puesto que en Blair conviven la cultural y la del lujo, económica que se enfrenta a esa otra popular y cotidiana introducida a partir de Chuck (Ed Westwick).

2.1. Del *Oh, la là! parisinizado* a la diversidad de la *ciudad de la luz d'aujourd'hui*

Atendiendo a las conclusiones generales que se acaban de presentar, uno de los primeros aspectos que se han de tener en cuenta es que los bloques narrativos rodados en el perímetro de la capital gala e incluidos en el montaje final de los dos episodios estudiados no son coincidentes en su número de expresión: mientras que en *Belles de jour* se han identificado a ocho, ese total crece en cinco unidades para *Doble identidad*; sin embargo, esta diferencia no encuentra a su igual en términos referenciales, puesto que en el primer capítulo los escenarios y construcciones emblemáticos se presentan en el plano de manera más notoria que sus contrarios, de acuerdo a la dualidad establecida, y que, además, quedan reducidos mayoritariamente a escenas rodadas en interiores. Posición secundaria que se revierte en el siguiente episodio.

Si se centra el comentario en los elementos que han asumido la definición de iconos de la metrópoli tanto por repercusiones históricas como por su promoción y publicitación como tales, se reconocen dos tipos de funciones asumidas que, asimismo, son dependientes entre ellas: por un lado, actúan como determinantes geográficos del discurso. Convertidos en signos del entramado urbano e interpretados de ese modo a escala mundial, su

presencia en pantalla es suficiente, como se ha reconocido a raíz de la inclusión en el discurso del Arco del Triunfo, para que cualquier espectador sepa que la trama de la ficción televisiva se ha trasladado del continente americano al europeo. De esta manera, en esa discontinuidad naturalizada por el montaje residente en toda creación cinematográfica (acogiendo bajo este término asimismo a las realizadas para televisión) y que es aún más palpable en el caso de esta producción dada la alternancia espacial, las imágenes que contienen a esos referentes facilitan la ubicación de los personajes de forma directa[3]. Por el contrario, se califica de abusivo el uso ejercido hacia los mismos en esta selección: si bien es adecuado, como se viene defendiendo, presentar a la Tour Eiffel, al Arco del Triunfo, a la Cathédral de Notre-Dame (4ème), al Musée du Louvre (1er) o a la Basilique du Sacré-Cœur (18ème) para contribuir a la localización de la acción, en los episodios consultados destaca la reiteración aplicada a los dos primeros (de hecho, si se recuentan el número de veces que aparecen como constituyentes del plano, se obtienen 10 y 6, respectivamente). Con esto lo que se quiere defender es que, una vez el espectador sabe que Blair, Serena y Chuck se encuentran en París, no es necesario recurrir a este tipo de incorporaciones pudiendo iniciar el bloque narrativo, por ejemplo, con un plano de los personajes; composición visual que, a pesar de ser reconocida en algunos de los fragmentos examinados, no es la dominante, como se viene haciendo patente. Por el otro lado, en ese segundo rol aceptado subyace la expresión del entramado urbano sujeta, apriorísticamente, a los desplazamientos de los personajes: como si de tiras fotográficas se tratara, el montaje ofrece una continuidad en la que se suceden los escenarios emblemáticos anteriormente citados junto con otros de igual naturaleza como, por ejemplo, el Jardin de Tuileries (1er) o el Museo d'Orsay. Se establece esa relación con los personajes, ya que, al integrarse la mayoría al inicio de los bloques, manifiestan las posibles acciones que Blair y Serena, potencialmente para *Belles de jour*, y Chuck, para *Doble identidad*, han realizado durante ese período en el que el discurso se ha trasladado a Nueva York.

Uno de los casos que mejor ejemplifica esta dualidad funcional se encuentra en los minutos iniciales del primer capítulo: comenzando la secuencia visual en la Tour, la cámara registra después a Blair y Serena recorriendo el Pont des Arts (1er y 6ème) y acompañadas por el Museo del Louvre al que dejan al fondo para posicionarse, a continuación, en otros enclaves de la urbe y adoptando la identidad de la cámara fotográfica como delata el

Fig. 1 – El Louvre y una de sus pirámides. Iconos parisinos de repetida presencia en el montaje de *Belles de jour. Fuente:* M. Tovar

sonido del obturador que acompaña a la ordenación consecutiva de los planos. De esta manera, se siguen la Église de Saint-Paul-Saint-Louis (4ème), el Jardín de las Tullerías, la Opéra Garnier (9ème), la fachada del Hôtel de Ville (4ème) y los jardines del Palais-Royal. El discurso continúa haciendo coincidir a los contenidos visual y sonoro, ya que, durante los segundos precedentes, la voz en off de la narradora característica de la serie ha desarrollado un contenido paralelo a lo que mostraba la pantalla; así, es en esta primera manifestación duplicada donde se establece la asociación de las dos amigas con las riberas resultantes del paso del Sena por el tejido urbano parisino [02:14-02:32]

> Calles adoquinadas[4] y el *Café de Flore*. Serena está a orillas del Sena y se ha convertido en musa de todos nosotros. En la orilla de enfrente, Blair está arrasando en las tiendas, consumiendo los clásicos y probando delicias azucaradas como una moderna María Antonieta[5,6]

La caracterización que se hace de las dos jóvenes entendiéndolas como aglutinadoras y representantes físicas de las dos orillas responde de forma concisa a las identidades de sendas porciones metropolitanas resultantes del propio devenir histórico de

[3] Asimismo, se ha reconocido en momentos puntuales del montaje y para estos casos concretos en los que la narración pasa de Nueva York a París o a la inversa, un reclamo geográfico en la banda de sonido al integrarse diálogos en francés (de fondo) o canciones interpretadas en este mismo idioma.

[4] Quai de Conti (6ème) con el Pont Neuf en la profundidad del plano.

[5] Al recurso sonoro le siguen los planos del Hôtel Edouard VII (2ème), la tienda de Dior de la Avenue Montaigne (8ème), las pirámides del Louvre, el Pont de Alexandre III con Los Inválidos de fondo (7 y 8ème), el escaparate de la chocolatería de Michel Cluizel (1er) sucedido por otro no asignable y el *Café Carlu* situado en la Cité de l'Architecture et du Patrimoine, frente a la Tour (que aparece conformando el fondo central de la imagen) y en las inmediaciones de la Place du Trocadéro (16ème).

[6] Las citas de estas características que van precedidas de referencias del tipo [XX:XX] corresponden, respectivamente, a los subtítulos en castellano y al minutaje de los DVD de la serie consultados.

la ciudad: la *rive gauche*/ribera izquierda se mantiene como representativa de la cultura al acoger a la Universidad de la Sorbona y al *Quartier Latin*/Barrio Latino, epicentro de la actividad estudiantil; pero, también, a numerosos teatros, centros y bares donde se congregaron músicos representativos del jazz y artistas de diferentes corrientes y movimientos artísticos (como se ha señalado para *de Flore* y al que se suman varios ubicados en la zona de Montparnasse –14 y 15ème–). Opuestamente, la *rive droite*/orilla derecha no se ha identificado bajo ningún precepto específico, si bien, en ella habitan las calles contenedoras de las tiendas de moda y diseño nacionales y extranjeras más representativas (como sucede con la Rue de la Paix en el 2ème o el Triángulo de Oro ubicado en el distrito número 8), así como varios testigos y símbolos de la evolución socio-cultural metropolitana como son el Louvre, la Place de la Bastille (*arrondissements* 4, 11 y 12) o el barrio de Le Marais, uno de los pocos que mantiene *quasi* intacto su trazado y que se opuso a la reforma haussmanniana del siglo XIX.

Sin embargo, la dualidad existencial se repliega sobre sí misma como consecuencia de la potenciación de Blair como conductora del discurso de *Belles de jour* y el punto de giro que experimenta cuando conoce a Louis (Hugo Becker) potenciándose su perfil lujoso. La porción narrativa resultante vuelve a contar con la voz en off encargada de resumir los lugares que han recorrido las dos neoyorquinas [13:14-13:43]

> Visto: B y S, elegantes y animadas en el Boulevard Haussmann. Se han paseado por las tiendas y se han quedado un buen rato en Tally Weijl. Bajando por la Rue Saint-Honoré han cortejado la alta costura en el Palais Royal y han encontrado el conjunto perfecto para arrasar con la competencia. Luego, han ido al Triángulo de Oro donde Montaigne se cruza con Georges V y el lujo es el opio del pueblo[7].

En este sentido, la cita es clarividente, asimismo, al expresar las áreas en las que se concentran esas tiendas de lujo permitidas, generalmente, a los habitantes y visitantes que pertenecen al estrato social compartido por Blair y Serena. Una referencia que, de igual modo, encuentra su momento de expresión en *Doble identidad* cuando la cámara retrata a las dos amigas en la joyería "Harry Winston" ubicadas allí por dos motivos diferenciados: mientras que la primera acude para escoger un obsequio de Louis; la segunda lo hace para recuperar el anillo de pedida que Chuck había comprado a Blair. Dos acciones que apuntan a un mismo fin: la denotación, confirmación y acotación del universo social y económico propio de los personajes.

Reconduciendo el comentario a esos integrantes icónicamente parisinos que ocupan las primeras líneas de este apartado y a sus vías manifestativas, para *Doble identidad* se remarca su conceptualización, puesto que, mientras que en *Belles de jour* son desvelados como aquellos común e internacionalmente aceptados bajo esa identidad, en el segundo episodio se les entiende bajo la consideración de lo urbanamente constituyente, esto es: decorados naturales cotidianos no mostrados, generalmente, en el ámbito cinematográfico. Sin embargo, ello no conlleva la negación de lo emblemático y que se incorpora a la continuidad discursiva acorde a los parámetros establecidos para el capítulo que le precede en la serialidad televisiva: sus primeros minutos están habitados por la Torre Eiffel (capturada desde diferentes perspectivas y distancias, lo que refleja su apreciación desde múltiples puntos de la metrópoli), el Pont d'Arcole uniendo al 4ème y a la Île de la Cité (donde se ubica Notre-Dame) sobre el Sena, el Arco triunfal visto desde los Campos Elíseos, la Gare du Nord (10ème), el lateral de la Catedral anteriormente indicada, la explanada del Louvre con los habitantes piramidales y el Hôtel de Ville. Una aglutinación representativa que asume en su expresión no sólo el rol de ubicación geográfica de la ficción, también el de recapitulador de lo mostrado en *Belles de jour*. Los siguientes planos ocupados por este perfil de referente constituyente repiten a la práctica totalidad de los ya indicados a lo largo de estas páginas e integran a otros que, si bien han formado parte de imágenes previas, no habían ocupado la posición principal o su centro. De esta manera, se reconoce a la Opéra Garnier (9ème), al Pont d'léna acompañando a la Torre metálica, la Cathédral mostrada desde su parte posterior, al Pont des Arts respaldado por el Neuf y la porción puntiaguda de la Île de la Cité y al Musée d'Orsay.

En cuanto a esos constituyentes de la capital gala *d'aujourd'hui*, recorridos por su habitantes y visitantes indistinta y diariamente se caracterizan por una identidad multidisciplinar que, reconociéndose de manera más sencilla para el caso del segundo episodio analizado, plantea la problemática de qué límites presentan

[7] Se aprecia en el montaje visual una secuencia que no es completamente coincidente con los espacios señalados por el recurso sonoro, detalle en el que no se va a profundizar puesto que no es determinante para las valoraciones y conclusiones extraídas del análisis. Así, correspondiéndose con el indicado bulevar, en el arrondissement número 9, y sus alrededores se suceden los planos que contienen a la entrada de la tienda "Courrèges", letrero y escaparates de las galerías "Au printemps", de una tienda de *souvenirs*, la entrada de la chocolatería "Fauchon", el letrero de otras famosas galerías, las "Lafayette", y el acceso del negocio enunciado en último lugar. Asociadas a la Rue Saint-Honoré (1er), de la que se muestra el letrero, y al Palais quedan las marcas "Chopard", "Zadig&Voltaire", "Chantal Thomas", "Colette", "ba&sh" y "Annick Goutal". Por último, el Triángulo de Oro lo hace con "Jil Sander", "Dolce&Gabanna", "Chanel", "Jimmy Choo", "Givenchy", "Ralph Lauren", "Piaget" y "Prada".

los conceptos "cotidiano" y "reconocible" para los catalogados de esta manera en el primero. Si bien la vivienda de la madre de Blair responde en su totalidad opuestamente a lo definido como emblemático, también ejerce como muestra del diseño prototípico de las construcciones privadas que habitan la red parisina e, incluso, señalando a distritos concretos: entendiendo que la vivienda debe encontrarse en alguno de los que aglutinan a las familias de las clases sociales más elevadas (habitualmente el 16ème es catalogado como su máximo representante), su fachada, del característico tono avainillado, presenta a dos cariátides sosteniendo el marco de la entrada principal y a ornamentaciones naturalistas que recuerdan al *Art Nouveau* (residente localizado, entre otros elementos, en muchos de los accesos del metro) y que engalanan, generalmente, a las ventanas. Miembros de esta agrupación son también aquellos escenarios reales que, asociados a la moda, componen una cadena a lo largo de la Rue de la Paix: los escaparates de las tiendas de las marcas "Dunhill", "Cartier", "Park Hyatt" o "Givenchy" son integrados en el espacio diegético en la porción discursiva previa a la introducida por la voz en off comentada líneas arriba. En un mismo nivel se expresa el hecho de que, aún remitiendo a una de las identidades de la urbe, la de ser una de las capitales de la moda, no todos los espectadores conocen que en la citada calle se encuentran los negocios indicados; es decir, resurge la duda de su denominación al apreciarse la oposición derivada del perfil del receptor del mensaje televisivo y que en este caso, además, también se liga a cierto estatus económico, ya que, la mayoría de ellos están considerados como de lujo. Lo mismo sucede con el restaurante *Cristal Room Baccarat* al que acuden para cenar Blair, Serena, Louis y el chófer de este último: localizado en las inmediaciones del museo de la empresa de cristalería de igual nombre, en el distrito 16, está orientado a una clientela selecta, lo que implica la consideración de que, nuevamente, su conocimiento está ligado a un público igualmente acotado. Aunque en un extremo existencial opuesto, el plano conclusivo de *Belles de jour* se asume bajo los mismos presupuestos: Chuck llega acompañado por Eva (Clémence Poésy) a la capital gala en transporte ferroviario. Si el discurrir de los personajes por la estación no evidencia rasgo alguno que la identifique, su salida, captura por la cámara en una posición retraída, permite distinguir en el plano al sintagma "Terminus Nord", referente que, para todo aquel que conozca la estructura metropolitana, le desvela que acaban de salir de la Gare du Nord.

La incorporación a la trama de esta última pareja modifica la selección de los decorados naturales potenciando a ese París contrario al expuesto durante *Belles de jour*; pero, esa *Doble identidad* ya residente en el título del segundo episodio examinado no implica la pérdida alusiva de lo icónico, como se viene de evidenciar. Esta porción de la ficción televisiva comienza en la misma localización que inaugura a su precedente (el café *Louis-Philippe*, cercano al puente de nombre homónimo –4ème– y al barrio de Le Marais) y con los mismos personajes en sus dimensiones (Blair y Serena). Precisamente es en su conversación donde se anticipa el distrito al que se traslada la cámara y que queda asociado, poco después, a Chuck: el número 12, caracterizado por contener a diseños contemporáneos (el Palais Omnisports de Paris-Bercy) e históricos (la Gare de Lyon), pero, también, por compartir la identidad de las plazas de Nation y la emblemática de la Bastilla con otros *arrondissements*. Siendo una de las porciones urbanas constitutivas ligada a las actividades deportivo-culturales de los parisinos y, de igual manera, a un turismo específico (en sus dimensiones se encuentra la actual Cinémathèque Française), la ausencia de cualquier referente icónico de primera categoría la convierten en una de las más intactas si se aplica la premisa de este tipo de presencia como atractivo innegable para la visitación del individuo nómada. En efecto, cuando la narración se traslada al duodécimo distrito, la imagen le concede al espectador la clave para que sitúe al espacio en el que se encuentran los personajes al mostrar al indicador callejero "Rue Théophile Roussel"; caso que incumple con el principio habitual de incluir en este tipo de recursos a la referencia numérica distributiva correspondiente. El montaje deambula después por las calles más próximas a la Bastille presentando la naturaleza de un área que, como se ha defendido anteriormente, no se ha visto alterada por la acción turística: la calle y la plaza de Aligre, las rues de Traversière, Charenton y Castelar habitan la secuencia reflejando la vida de barrio que se desarrolla en ellas y que es apreciable por los negocios familiares, los patios interiores, los cafés con pequeñas terrazas y los merca-

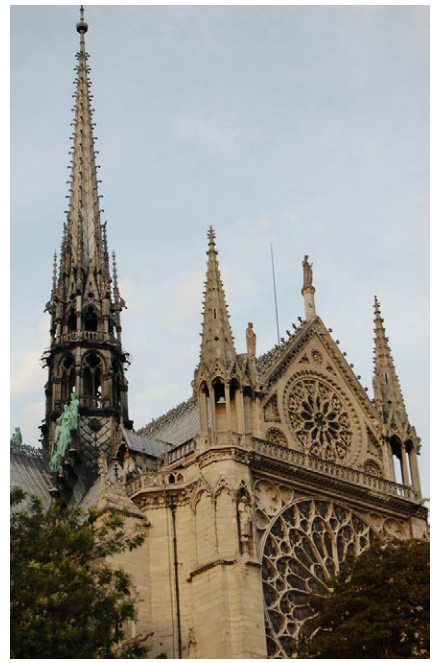


Fig. 2 – Rosetón lateral de Notre-Dame y *flèche* metálica de Viollet-le-Duc. Fuente: M. Tovar

Fig. 3 – Café *Louis-Philippe* desde el Pont de mismo nombre. Fuente: M. Tovar

dos que pueblan sus aceras y diferentes configuradores estructurales. La inmersión de Chuck en esa realidad cotidiana, negación de su verdadero yo y consecuente adopción de una nueva identidad, le permite al discurso evidenciar el distanciamiento existente entre aquellos espacios asociados a los visitantes y habitantes con un mayor poder económico de esos otros a los que acceden los individuos de un estatus medio: el apartamento donde viven el personaje de Westwick y Eva, de pequeñas dimensiones y modesto, no tiene comparativa con el piso de la madre de Blair como tampoco el *Bacarrat* establece conexión alguna con el bar donde trabaja el primero salvo que ambos son negocios hosteleros, ya que, este último, con los bidones de vino, las pizarras escritas con tiza blanca, las sillas y las mesas de madera y la entrada, fabricada con este mismo material y pintada de rojo, refleja los rasgos prototípicos del bar de *quartier* de la *ville lumière* que mantiene prácticamente intacta la esencia de sus orígenes. Esta zona parisina mantiene su recuperación presencial a lo largo de *Doble identidad* justificada por el conocimiento de Serena de que Chuck, además de estar vivo, reside en ella. Destaca en este hecho lo llamativo de la presencia del personaje de Lively en una zona que, como se ha remarcado, se caracteriza por su perfil humilde: frente a esos vecinos que acuden al mercado a comprar vestidos modestamente, Serena destaca por un aspecto que ostenta intrínsecamente su estatus social al llevar una chaqueta de color dorado y tacones altos. Un recurso que humaniza a esa otra mitad de la ciudad y que, de igual manera, denota la coexistencia con su otra cara; esto es, París como un crisol de identidades que, aún asociadas a barrios y distritos concretos no puede negar su realidad existencial: prácticamente todos los *arrondissements* cuentan con algún referente icónico o emblemático para la historia y constitución de la urbe. Esto implica que sean objeto de visita por todo aquel turista que bien quiere conocer a los más promocionados, bien a sus contrarios pero que, de igual modo, poseen un discurso configurador fundamental. Así, se tejen líneas asociativas que manifiestan diferentes recorridos que, de misma forma, se adentran en esas áreas menos conocidas y, por ende, menos alteradas. Como se viene señalando, la capital francesa ha sabido potenciar a aquellos elementos considerados como más activos a nivel de atracción para el turista, pero, tampoco ha negado su proceso formativo que, mirando a finales del siglo XIX, momento en el que las comunas y barrios de los alrededores se anexionan al centro aceptando su posición como borde y a los números más elevados como calificativos, incorpora a esos otros escenarios urbanos igualmente imprescindibles y que, en muchos casos, también integran a focos de atención. Lo que se quiere decir con esto es que París es consciente de su multiplicidad constitutiva y, además de no negarla, la naturaliza asumiendo que cualquiera de sus identidades se manifiesta en todos sus distritos, si bien, cumpliendo un ejercicio jerárquico y que explica que cada una de esas zonas sea comprendida en base a uno de esos perfiles que se ha erigido como predominante. En este sentido, y sirviendo como ejemplo *Gossip Girl*, el arte cinematográfico se está haciendo eco, si bien progresiva y parcialmente, de esta valoración participando de esa misma actividad y por la que, aun recurriendo a lo icónico para ubicar geográficamente al relato, se adentra en esos otros escenarios que realizan a la urbe mostrando a ese doble perfil coincidente en su experiencia vital.

La *parisinización* de Chuck finaliza en el mismo lugar en el que se inició: la Gare du Nord. Ubicada en un distrito que, como el 12, sólo cuenta con la estación ferroviaria del este y los dos arcos triunfales que lo inauguran en su vertiente sur (los de Saint-Denis y Saint-Martin) como principales atractivos, no sólo asume ese rol acotador, igualmente, y en un nivel propiamente narrativo, ejerce como punto de giro para el personaje[8]. Además, la cohabitación en el plano de Blair, vestida con un traje de alta costura, y Chuck, con pantalones y camisa que denotan su nuevo estatus medio, vuelve a apuntar a esa coexistencia identitaria que

[8] En este sentido, si Chuck queda asociado a la Gare de Nord como el referente arquitectónico que acota su nueva identidad extensible a su etapa vital parisina; sucede lo mismo en la banda de sonido, ya que, tanto cuando es mostrado primeramente en el 12ème, como cuando le confiesa su identidad a Eva en esa misma área, suena de fondo el tema del rapero estadounidense B.o.B *Ghost in a machine*.

se ha reconocido para la *ville lumière*. Sin embargo, la cámara se mantiene en el 12ème hasta el final de *Doble identidad*, ya que, si bien el joven queda asociado a esa vertiente más lujosa una vez se ha producido su conversación con su ex pareja, Eva no sufre el mismo proceso hasta que viaja a Nueva York. Así, la doble referencia dialoga nuevamente en uno de los cruces existentes entre sus calles retratando cómo su cotidianidad está ocasionada más por sus habitantes que por los turistas.

3. Conclusiones: ciudad desmembrada, constituyentes dependientes

Aun persiguiendo el objetivo de mostrar a la metrópoli de la manera más fiel posible, en toda creación fílmica actúan dos marcadores que justifican la presencia de cierta mirada subjetiva. El primero de ellos es que todo discurso de esta naturaleza surge de una historia; tratándose, en este caso concreto, de esas vacaciones que Blair y Serena pasan en la *ciudad de la luz*. El resultante, la narración desarrollada en los cuarenta minutos que dura cada uno de los capítulos, habitualmente no es coincidente temporalmente con su origen; esto es, la experiencia de las dos amigas en la capital gala es mostrada resumidamente y, aunque en *Belles de jour* y *Doble identidad* sí se aprecie una equidad en tanto que sendos capítulos acogen los acontecimientos surgidos a lo largo de dos días acotados como tales y diferenciados entre sí, los mismos han sufrido una selección que implica, entre otras repercusiones, esas elipsis de determinados momentos, pero, también una fundamental para los análisis parejos al expuesto en estas páginas: la composición del discurso, con la implicada elección de planos y localizaciones, participa activamente del muestrario urbano mostrado. Así, para el caso de esta ficción, París se presenta como un personaje más que evoluciona en su margen discursiva y enunciativa en paralelo a la hija de Eleanor durante *Belles de jour*, concediendo lugar de expresión a una segunda vía a partir de la inclusión de Chuck en la diégesis que, al igual que Blair, manifiesta su estado emocional y social a través de las relaciones que plantea con los emplazamientos por los que discurre. De esta manera, el medio televisivo se sirve de sus herramientas para recrear a una ciudad que, además de adecuarse a la narración, debe atender a sus criterios económicos y a los derivados de los permisos de rodaje concedidos por la ciudad francesa y que explican, en gran medida y entre otros aspectos, que en *Gossip Girl* se reconozca a esa selección espacial reiterada y que responde, de igual y posible forma, a la duración del rodaje (siete días).

El segundo marcador remite al espacio cinematográfico. Frente a la dimensión verdadera del entramado urbano, la del filmado queda acotada por un marco. Esa realidad que pasa a quedar diegetizada, que se ficcionaliza, es concebida, por el contrario, como *experienciable* por el espectador. De acuerdo a la teoría de Seymour Chatman, ese referente espacial es bidimensional al presentar una identidad explícita (la que queda acotada por la pantalla) y otra implícita (aquellos elementos vistos y escuchados por los personajes y esos otros referidos por sus diálogos o diferentes recursos textuales) y del que se extrae un distanciamiento relevante, ya que, la "diferencia fundamental entre ver una serie de objetos en la vida real y en el cine es el corte arbitrario que realiza el fotograma" (1990: 103). Esa ausencia del elemento constituyente urbano convive en esta producción televisiva con esa búsqueda y evidencia de una ciudad que cumpla con los estereotipos asociados a los personajes que la experimentan apuntando, al mismo tiempo, a todas aquellas teorizaciones sobre las repercusiones que este tipo de procesos suponen para la concepción del recurso metropolitano por parte del espectador. En este sentido, Kristian Feigelson señala al proceso de moldeado al que está sujeta la capital gala y que explica su multiplicidad existencial a la par que reiterativa en el séptimo arte.

> En reiteradas ocasiones, el cine ha intentado capturar a un París mítico. Filmado en fuera de campo y como a contratiempo, esta ciudad aparece en el cine bajo la forma de un no lugar. De la ciudad-cine a la urbe-estudio, el séptimo arte ha yuxtapuesto una serie de estereotipos sobre París. Estos clichés urbanos ostentan su propia temporalidad. La metrópoli se convierte en teatro de un nuevo paradigma fílmico. Participa de todas estas formas de hibridación, igualmente mentales que materiales. Frente a los flujos incesantes de imágenes, la urbe se reduce a un tiempo de paso donde los registros estéticos se mezclan inagotablemente (Feigelson, 2007: 110).

Temporalidad señalada por este autor y que para la Tour Eiffel se expresa bajo la negación, ya que, como se ha manifestado, es uno de los iconos más repetidos tanto en el montaje de *Belles de jour* como en el de *Doble identidad*. Una continuidad manifestante que, asimismo, acota a la diégesis en su versión europea, ya que, la construcción metálica ocupa el plano inicial del primer episodio analizado y el último del segundo y que sólo es sucedido por el Empire State de Nueva York; actuando, en suma, como primera letra y punto final del texto fílmico parisino.

Finalmente, y en lo relativo a la dualidad referencial que se ha remarcado a lo largo del comentario, se considera que el

Fig. 4 – Tour Eiffel con el Palais de Chaillot y La Défense al fondo. Panorámica desde la Tour Montparnasse. Fuente: M. Tovar

discurso televisivo, aun partiendo de una perspectiva diferencial y que, como se ha identificado, se reduce progresivamente, acaba señalando a la concepción mantenida y aceptada de la capital francesa: París como resultado de la cohabitación de lo reconocible y estereotipado y de su opuesto. Sin embargo, y en especial para el primer caso, se considera llamativo que en el montaje de *Belles de jour* y *Doble identidad* haya diversos planos en los que lo catalogado como emblemático se enuncie de manera parcial. Aun determinados por ese espacio fílmico inmodificable, las técnicas de rodaje permiten variaciones en los ángulos y en las lentes que alteran las dimensiones de los escenarios retratados; ahora bien, precisamente por ese fuerte arraigamiento a su condición de representativo, muchas de esas áreas sólo necesitan manifestar a pequeños fragmentos compositivos para anunciarse remarcando, nuevamente, la consecuencia que esa repetición referencial y promocional puede tener para elementos urbanos concretos. En relación con esto se postula también la asociación que la serie establece entre los personajes y determinados emblemas (calificación colectiva que recupera la duda de los límites conceptuales residentes en estos términos): mientras que Blair y Louis se equiparan al Musée d'Orsay (escenario artístico ubicado en el 7ème, margen izquierda, que refleja esa dualidad conformadora del personaje de Meester y, al mismo tiempo, cómo, a pesar de su asociación con la orilla contraria, su identidad implica el aglutinamiento de emblemas correspondientes a ambas zonas metropolitanas), la otra pareja, la constituida por Eva y Chuck, lo hace con la Estación del Norte, demarcándose las distancias sociales entre ambas. Además de las conexiones ya comentadas con distritos y áreas urbanas específicos, interesa abordar, aunque muy brevemente, la relación planteada entre Blair y el Arco del Triunfo: protagonizando o formando parte de planos que anticipan a momentos relevantes para su evolución (la cena, primera cita y último encuentro con Louis y la conversación con su anterior pareja en la estación du Nord), el diseño arqueado asume un grado simbólico que se expresa con totalidad en el capítulo de la quinta temporada cuando Blair manifiesta su convicción por luchar por lo que quiere; una actitud triunfalista ligada a la construcción napoleónica.

En suma, el París retratado responde a la mirada dicotómica reinante en la contemporaneidad, aquella basada en la propia realidad de una ciudad que no puede ser entendida sin esos emblemas de los que, en ocasiones, se desea desprenderla. Acto que ocasionaría el surgimiento de una nueva urbe puesto que la identidad de la metrópoli parisina está arraigada a todos esos escenarios que, así como continuadores y transmisores de una Historia específica, también ejecutan funciones estructurales (por ejemplo, el citado Arc actúa como punto central de una rotonda) y lo hacen respondiendo a un régimen existencial compartido con esos otros emplazamientos igualmente determinantes y que, si bien no son relevantes para el medio cinematográfico, sí lo son para todas aquellas personas que los habitan convirtiéndose en testigos de su realidad existencial cotidiana que es la que, definitivamente, vitaliza, humaniza y modifica al entramado urbano del que forman parte.

4. Bibliografía

Chatman, S. (1990). *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Madrid: Taurus.

Feigelson, K. (2007). "La ville hybride. Paris réinventée (1930-2000)", en Creton, L. y Feigelson, K. *Villes cinématographies. Ciné-lieux*. París: Presses Sorbonne Nouvel.

Lisarelli, D. (2014). *'Gossip Girl' à Paris: oh la la!*, Les Inrocks, sección "Médias", publicado el 26 de julio de 2010. Consultado el 15 de marzo de 2014 en http://www.lesinrocks.com/2010/07/26/medias/tele/gossip-girl-a-paris-oh-la-la-1127647/

Servel, A. (1987). *Frenchie goes to Hollywood. La France et le français dans le cinéma américain de 1929 à nos jours*. París: Éditions Henri Veyrier.

VV.AA. (2012). *Gossip Girl* (Pack temporadas 1-5) [DVD]. Madrid: Warner Bros.

ÍNDICE ▷

APARICIONES Y DESAPARICIONES: PUBLICIDAD INFORMAL EN EL ESPACIO PÚBLICO DE BOGOTÁ

Cielo Vargas Gómez
Corporación Universitaria Unitec, Bogotá Colombia

1. Introducción

> El espacio es una duda: continuamente necesito marcarlo, designarlo; nunca es mío, nunca me es dado, tengo que conquistarlo (Perec, 2004: 139).

Dentro de los esfuerzos por vincular la publicidad informal dentro del concepto de lo informe es obvio que la comunión de experiencias que se desarrollan en el territorio de lo público, es un punto de partida común. Las fugas de la comunicación publicitaria informal comienzan a difuminar la bipolaridad de lo privado y lo público, de lo íntimo y lo expuesto. Conceptos como el ritornello de Deleuze nos ayudan a ver de manera fluida las actuaciones de ambas en el proceso de la personalización del espacio, como diría Heidegger de "espaciar" el espacio.

Las intervenciones publicitarias que encontramos en el espacio público, nos hablan de un movimiento de reapropiación del espacio, de re significación del no-lugar (Augé, 1994), por parte del individuo que quiere manifestar su identidad en el entorno.

Dentro de la experiencia cotidiana de caminar por la ciudad, vemos como los recorridos transforman el espacio en nuevos territorios. No sólo los recorridos del transeúnte transforman la experiencia urbana, diríamos que la publicidad transforma los espacios, marcando, dejando las huellas de su mensaje a través de ellos, condicionando, alterando de diferentes maneras nuestra percepción de la ciudad. La publicidad informal actúa "(…) de una forma nómada: se desplaza cada vez que el poder intenta imponer un nuevo orden (…)" (Careri, 2009: 181).

Esta cualidad nómada que opera desde los márgenes, nos ayuda a comprender las diversas estrategias de las cuales se vale la informalidad. Huyendo de la clasificación, la limitación y la forma incurre en nuevos territorios y activa los espacios de maneras diversas.

2. Origen de lo Informe

A través de un modesto párrafo Bataille introduce el concepto escurridizo de lo informe en su Diccionario Crítico. Dentro del universo surrealista del pensamiento de Bataille, provocativo y sugerente, este catálogo de definiciones, suerte de compilación enciclopédica como la emprendida por Diderot, no nos proporciona definiciones, sino más bien los trabajos de las palabras. Así, se rehúsa a definir lo informe, prefiriendo anotar que es un término que nos permite "operar la desclasificación, en el doble sentido de disminución y de desorden taxonómico" (Bois y Krauss, 1997: 18), lo informe tiene una existencia performática, lo informe es una operación.

Al carecer de definición y forma, el término en si mismo excluye cualquier intento por calificar, el propio Bataille lo dice: "lo que designa carece de derecho propio en cualquier sentido y se deja aplastar en todas partes como una araña o una lombriz" (Bataille, 2003: 55), carece de forma, de estructura, de jerarquización. Así lo informe se plantea en clave, traspasando las fronteras del lenguaje e instaurando una pregunta sobre la visión privilegiada del mundo: la visión erguida del ser humano.

Bataille logra a través de su diccionario reflexionar en torno a aquellos conceptos que nos son dados a priori y sobre los cuales no cuestionamos. Genéricamente, lo informe es aquello "que no tiene la forma, figura y perfección que le corresponde; de forma vaga e indeterminada" (RAE, 2001), contrariamente a estas definiciones lo informe vendría a ser la pérdida de límites, es decir, la no semejanza a nada. "El universo es algo así como una araña o un escupitajo" (Bataille, 2003: 55), esta imagen propuesta por Bataille, contiene de manera abreviada la respuesta a la pregunta por lo informe. La forma pierde su estructura; se desdibujan los límites; se pierde la jerarquía funcional del organismo; se funde cuerpo y entorno; suceden muchas operaciones de manera simultánea.

Este acercamiento, es el punto de partida para efectuar un acercamiento a la publicidad informal. Ya que nos permite apreciarla, así como a sus manifestaciones y modos de acción, sobre el espacio público como es: el desbordamiento de forma y estructura, abrazando la diferencia con la cual coexistimos diariamente.

3. Apropiaciones y usos de lo informe en el espacio de estudio

En 1996, Rosalind Krauss e Yves-Alain Bois realizaron la curaduría de la exposición titulada *L' Informe: Mode d' emploi* para el Centre Georges Pompidou en París. El catálogo de esta exhibición se consolidó en un libro, republicado al inglés en 1997 como: Formless a User's Guide.

El análisis sobre lo informe que recoge el catálogo Formless a User's Guide nos habla de cuatro mesetas o trayectorias de lo informe: bajo materialismo, horizontalidad, pulsación y entropía. Esta recopilación motiva una correspondencia con la publicidad informal, dado que muchas de las experiencias tienden a validar los procesos antes que los productos finales, así como a preferir la des jerarquización por encima de estructuras ordenadas. También se pueden ver similitudes y convergencias dentro de preocupaciones en torno al cuerpo y al espacio: cuerpo como materia de expresión en sí misma y espacio como territorio de fugas y aprehensiones.

A lo largo de estas mismas trayectorias se buscó, de manera análoga a los autores, comprender el fenómeno de lo informe en la publicidad informal del espacio de estudio para lograr palpar y visualizar aquellas propiedades tan escurridizas de lo informe.

4. Horizontalidad

Figs. 1 y 2 – Avenida Chile/Calle 72 con carrera 69 (izquierda) y Avenida Chile/ Calle 72 con carrera 68 (derecha) . Bogotá 2014 – 214. Fuente: C. Vargas

Bajar el punto de vista, la línea de horizonte. Ciertas posturas obligan al transeúnte a bajar la mirada, en un proceso de des jerarquización de la postura vertical.

Abandonar la primacía de la verticalidad, de la postura erguida del hombre evolucionado, es un ejercicio que se observa en el comercio informal. Es muy común que los vendedores desparramen sus mercancías por el piso, ellos mismos se sientan en el suelo y nosotros como compradores nos vemos impulsados a agacharnos, nada más significativo que la denominación del "agáchese" en la jerga popular sobre este mecanismo de venta.

Asociar lo bajo con lo sórdido es otra de las ideas arraigadas en los imaginarios populares, asociamos el suelo con lo miserable y en el caso real de este tipo de comercio con un precio más bajo, el agáchese implica pagar menos, sugiriendo que el esfuerzo físico se compensa con menos gasto de dinero.

Observar desde el transporte público, punto de vista elevado, es diferente a confrontar el espectáculo a pie. Caminar sorteando los puestos sobre el piso y los andamiajes de exhibición provocan una contemplación directa y fugaz. Un rasgo determinante en la experiencia de contacto con la publicidad del comercio informal es la fugacidad. Se debe captar en poco tiempo porque los espacios son de paso.

Es oportuno mencionar el documental de la realizadora belga Agnés Varda: Los espigadores y la espigadora (Les glaneurs et la glaneuse, 2000) que da visibilidad a las acciones alternativas del hombre: recorriendo, buscando, recolectando, espigando, trapicheando en la ciudad. El cuadro de Jean-François Millet (Las Espigadoras, 1857) evoca humildad, fatiga, pobreza, todo esto enmarcado en el paisaje cálido de un atardecer. Una vez más el

entorno acoge las preocupaciones del hombre, la incertidumbre del mañana y el miedo ante el futuro.

Sin embargo esta dinámica en las posturas no sólo es exigida al comprador. El vendedor se instala al mismo nivel de su mercancía. La idea que esto suscita es realmente interesante, colocarse al mismo nivel de la mercancía, bajar al nivel del piso, validar la horizontalidad como superficie y como vitrina.

La horizontalidad es la superficie. Retornar a la tierra, en el paisaje urbano al pavimento, aterrizar la mercancía y desde allí resistir a los efectos del día: sol, calor, frío, lluvia, granizo, viento, polvo, contaminación de los vehículos, basura. Es palpable la adaptación que acontece en el comercio informal y su publicidad para atemperar el clima y los efectos de habitar el afuera. Parasoles, sombrillas, plásticos, plomadas para evitar que vuelen los productos, los avisos, los parapetos construidos. La horizontalidad obliga al cuerpo, demanda su animalidad.

5. Bajo materialismo

Figs. 3 y 4 – Avenida Chile/Calle 72 con carrera 69G (izquierda) y Avenida Chile/ Calle 72 con carrera 71(arriba). Bogotá 2014 – 214. Fuente: C. Vargas

El bajo materialismo es quizás el arma principal de Bataille contra el idealismo. Consiste en separar la materia de la forma. Independizar la transformación de materias de un plan, de un diseño preconcebido que le obligue a terminar en una forma definida, cerrada y esbozada.

Al separar la forma del material, es decir divorciar el material del idealismo de la forma, de lo acabado y finalizado, de lo contenido y prediseñado se encuentra la energía de los materiales. Se les deja hablar por si solos.

Al observar los medios de publicitar los productos del comercio informal se percibe el empleo de materiales de todo origen, que se van entretejiendo, entre ellos, para sostener y presentar la mercancía. Costales, plásticos, lonas, sábanas, guacales de madera, soportes de tubos, tablas, carros de mercado, coches de bebés, zorras de carga, perchas, retículas y un sinfín de artilugios ensamblados empíricamente, frágiles en el tiempo pero capaces de soportar las jornadas de cada día a la intemperie.

El materialismo bajo se entiende en la publicidad informal a través de la recursividad y la naturalidad de las manifestaciones comerciales. Llama la atención los elementos bregando por mantener visible los negocios.

Se valen de sutilezas del espacio dado, encontradas y modificadas, como protuberancias en las paredes o bolardos de las aceras; otras veces se instalan elementos foráneos como puntillas y alambres en las paredes y los postes de luz para colgar avisos, toldos, mercancías o provisiones para palear el día.

Los recursos materiales sorprenden en su diversidad y uso. Elementos cotidianos con usos inesperados: coches de bebes, carros de mercado, casi cualquier plataforma adaptada con ruedas que permita el traslado diario y soporte la mercancía. También se observan elementos comunes del mobiliario comercial como perchas de ropa y retículas de exhibición.

Las estructuras sin ruedas poseen otros accesorios que les permiten ponerse en pie, a manera de trípodes las láminas de *icopor* o las estructuras de madera se sostienen para facilitar la sujeción de los artículos y por tanto la visibilidad y adquisición.

En muchos puestos se ofrece lo mismo pero son diferentes entre sí. La territorialización se vive a través de la actitud de customizar[1] o engallar[2] el espacio apropiándoselo. La teatralización que se manifiesta en el espacio hace parte de la necesidad por sobresalir en medio de los otros.

La reiteración de la marca que se vive en la publicidad formal se vive en la calle a través de ritornelos como: "a la orden", "si hay", "qué se le ofrece", "bien pueda y siga" (sarcasmos que son tácitos pues no hay un espacio al cual seguir) capaces de brindar confianza y calidez al cliente para que se acerque "sin compromiso".

[1] Adaptación del término inglés *customize*, que refiere a modificar algo de acuerdo a las preferencias personales.

[2] Engallar**.** (De en- y gallo).
1. tr. Levantar la cabeza o erguir el busto, en actitud arrogante.
2. prnl. Erguirse, estirarse con arrogancia.
3. prnl. Comportarse con arrogancia, adoptar una actitud retadora.
RAE (2001) Diccionario de la lengua española. Disponible en: http://lema.rae.es/drae/?val=engallar

6. Pulsión

> Por analogía uno podría decir: como la horizontalidad y el bajo materialismo contradicen los mitos del hombre erguido y la "visualidad pura", entonces la pulsación ataca la exclusión modernista de lo temporal en el campo visual" la pulsación "implica un ritmo sin fin que perfora el auto-cierre sin cuerpo de la visualidad pura e incita a una irrupción de lo carnal (Bois y Krauss, 1997: 32).

Figs. 5 y 6 – Avenida Chile/Calle 72 con carrera 69 (izquierda) y Avenida Chile/Calle 72 con carrera 14 (derecha). Bogotá 2014 – 214. Fuente: C. Vargas

Pulsión entendida como el movimiento. La potencia de la acción que se escapa de la mirada instantánea. El performance ritualizado diario de disponer y recoger, de exhibir y proteger la mercancía. Pulsación como el ritmo sin fin, la acción continua que se aprecia en la dinámica del comercio informal que no tiene un contenedor, que no posee un espacio cerrado de comercialización y está sujeto al presente.

La dinámica del recambio colorea el espacio y lo vivifica, porque el comercio informal está sintonizado con el movimiento estacional: mercancía acorde a la temporada que transforma la calle y las aceras en espectáculos que deben ser vividos durante todo el año. El ritmo sin fin se alimenta en tres sentidos:

a) Lineal: repetitivo, constante, el que sucede diariamente. Registros del puro acontecer; arritmia –la fuerza policial cuya anomalía no está en lo incautado sino en el afán–. Acción reiterativa que no produce, que no incrementa que desdibuja para reiniciar al día siguiente.

b) Intermitente: fraccionado por diversos puntos de fuga: la demanda como estrategia natural de mercadeo que lleva a los comerciantes informales a surtir y renovar la mercancía. (temporada escolar, día de madres, temporada de vientos y cometas, halloween, navidad).

   El oportunismo del momento juega un papel importante en la publicidad informal, anticiparse a la ocasión para sorprender al consumidor y tentarle a comprar. Se debe tener siempre de todo para no perder al cliente. Ante esta necesidad de amplio surtido se presentan asociaciones entre comerciantes, empleando la estrategia de la competencia y las filiales familias enteras se emplean en el comercio informal, de tal manera que el cliente es asegurado.

c) Suspensión: el comercio informal se sumerge en un estado de suspenso cuando, dentro de los márgenes de su legalidad, debe desaparecer, ponerse en fuga ante la presencia de la ley que vigila los espacios.

Se diría que la dinámica del comercio informal y su publicidad obedece más a una premura en la toma del espacio público a través de la persistencia manifiesta cada día: sacar la mercancía, instalarse en el espacio, recoger para comenzar al día siguiente y así infinitamente.

7. Entropía

"La entropía es un movimiento negativo: este presupone la existencia de un orden inicial y el deterioro de este orden" (Bois y Krauss, 1997: 36), es decir que en cada sistema hay una constante e irreversible pérdida de energía, una degradación que conlleva a un aumento continuo del estado de caos-desorden. Según los autores, Bataille preferiría el término gasto, ya que "Gasto, por el contrario, es una regulación a través del exceso, de un desorden inicial y dicha regulación no tiene éxito porque siempre es insuficiente" (*Ibídem*).

En general, si quitamos restricciones a un sistema, la entropía crece (en el caso del sistema publicitario observamos el desbordamiento en la publicidad informal), ya que se aumenta la probabilidad de variación e interacción entre los elementos. Por esta razón la entropía realmente caracteriza los procesos del mensaje publicitario informal, expuesto abiertamente al flujo de receptores.

La entropía, subyace en el fenómeno informal, porque en la informalidad se solapan las prácticas, las voces y los territorios disolviendo los límites y generando mayor cantidad de microestados.

En sí, todas las mesetas de lo informe aluden a un proceso entrópico, porque registra la pérdida de quietud en el sistema, el aumento de interacción. Por ejemplo la forma de la ciudad, el trazado medianamente ortogonal de las calles se desborda con la economía informal, le crecen protuberancias al piso, la piel de las paredes envejece-se rasga y se refresca con nuevos carteles,

Fig. 7 – Avenida Chile/Calle 72 con carrera 13. Bogotá 2014 – 214. Fuente: C. Vargas

Fig. 8 – Avenida Chile/Calle 72 con carrera 69M. Bogotá 2014 – 214. Fuente: C. Vargas

se ramifica el alumbrado público, el mobiliario urbano pasa a ser estantería y de esta manera la apropiación de lo público nos lanza a nuevos espacios privados conquistados.

Los espacios se alteran con los ritmos del comercio, las percepciones cambian echamos en falta el bullicio y el desorden del comercio informal, nos sentimos solos arrojados a transitar por no-lugares cuando la publicidad informal se ha retirado.

8. Apartes del trabajo de campo: publicidad informal en el recorrido de la Avenida Chile en Bogotá

Los entornos del trayecto de la Avenida Chile / Calle 72 en Bogotá, colindan con tres localidades[3] de Bogotá en su recorrido de oriente a occidente del norte de la ciudad, a saber: Chapinero, Barrios Unidos y Engativá.

Dentro de la fase de trabajo de campo se encontró como cambia el flujo y presencia de la publicidad informal en los diferentes espacios de cruce con la Avenida en cada Localidad. Aspectos circunstanciales como el clima, la temporada-comercial, el tipo de edificaciones alrededor de la avenida, las jornadas de los habitantes fijos y flotantes de los barrios, la densidad comercial y residencial de las zonas impacta de manera decisiva en los modos de aparición de la publicidad informal.

La constancia o discontinuidad en la mercancía ofertada varía de acuerdo al cliente. De igual manera la estrategia publicitaria se acomoda, adapta a los espacios. El concepto de adaptación le viene muy bien a la publicidad informal puesto que su presencia se instaura en los márgenes del comercio oficial y de los espacios residenciales y privados. La cualidad de lo marginal y vecinal produce en la publicidad una morfología portable, llamativa y exuberante.

9. Localidad de Chapinero

La localidad de Chapinero se despliega a través de la Avenida Chile/ Calle 72 desde la carrera quinta hasta la Avenida Caracas. El flujo del comercio informal y la visibilidad de su publicidad se establecen principalmente por el horario de los establecimientos comerciales, bancarios y educativos del sector. De esta manera encontramos que para cada grupo interactivo de población surgen estrategias marcadas.

El comercio informal apunta a las necesidades específicas detectadas para cada grupo social, así para los trabajadores de obra que comienzan a laborar temprano; estudiantes de las entidades privadas y públicas existe una amplia gama de puestos efímeros de comidas. La particularidad de estos

[3] Si se quiere ahondar en las estadísticas de cada localidad se remite al lector a: Secretaría de Planeación Distrital (2011). 21 Monografías de las localidades: Diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos año 2011. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá

Figs. 9 y 10 – Avenida Chile/Calle 72 con carrera 15 (izquierda) y Avenida Chile/Calle 72 con carrera 14 (arriba) . Bogotá 2014 – 214. Fuente: C. Vargas

Figs. 11 y 12 – Avenida Chile/Calle 72 con carrera 68F (izquierda) y Avenida Chile/Calle 72 con carrera 68D (derecha). Bogotá 2014 – 214. Fuente: C. Vargas

puestossambulantes es que no necesitan mayores anuncios. La gente acude a consumir naturalmente.

Durante el día se aprecia que gran parte de la publicidad informal se decanta a través de vocería, anuncios llamativos por sus colores y tamaño adosados al puesto de venta, básicamente son de carácter informativo: producto y precio-oferta-precio; exhibición directa del producto.

10. Localidad de Barrios Unidos

La localidad de Barrios Unidos se despliega a través de la Avenida Chile/ Calle 72 desde la Avenida Caracas hasta la Avenida carrera 68. La publicidad informal en estos espacios está dirigida principalmente al habitante permanente del sector y al cliente habitual que se desplaza en automóvil. Los horarios que se manejan varían dado que convive comercio formal e informal en la zona.

Durante el día se aprecia que gran parte de la publicidad informal se decanta a través de avisos adosados a la fachada de los locales; carteles pegados en los postes; avisos tipo tropezones[4]; mercancía que sacan los establecimientos a la calle para aumentar la visibilidad del peatón y de los automóviles.

En la noche no se aprecia una presencia significativa de avisos iluminados lo que resulta en aceras poco iluminadas y sensación de inseguridad.

[4] Estrategia publicitaria, que transmite contenidos comerciales en soportes tridimensionales ubicados en el espacio público. Basa su efectividad en captar la atención del público a través de la sorpresa al obstaculizar el camino.

Se observó un fenómeno que acontece en varias zonas de la ciudad de Bogotá, la sectorización del comercio, casi se diría la especialización en oferta de servicios y productos. Zonas donde va floreciendo un mono comercio, artes gráficas-talleres de mecánica-accesorios para motos-accesorios para personalizar los automóviles, etc.

11. Localidad de Engativá

La localidad de Engativá se despliega a través de la Avenida Chile/ Calle 72 desde la Avenida carrera 68 hasta la carrera 110G. Esta Localidad es bastante amplia, se podría decir que gran parte del tramo de la Avenida Chile/ Calle 72 transcurre entre los barrios de esta localidad.

Como elementos relevantes para el estudio se observó que la Avenida se impone como lugar comercial. Los espacios residenciales han dado paso a establecimientos comerciales que compiten en visibilidad con el comercio informal vecinal de la aceras.

Durante el día se aprecia que gran parte de la publicidad informal se decanta a través anuncios como banners llamativos por sus colores y tamaño, básicamente son de carácter informativo: producto y precio-oferta-precio; también se encuentran letreros escritos a mano; exhibición directa del producto. Durante la noche, en cambio, se percibe el colorido que emanan las luces y bombillas de los puestos; el olor y humo de los puestos de comida.

Capítulo aparte merecerían los espacios entre la Avenida 68 y la Boyacá donde se aprecia la convivencia entre el comercio

organizado, que paga arriendo y el comercio ambulante informal. Es un mundo aparte que presenta varios aspectos como la particularidad de que muchos de los vendedores son residentes del sector o que las casas residenciales arriendan espacio de almacenaje y garaje a los puestos y artículos de venta. Quedan en el aire algunas preguntas: ¿cómo se llegó a esta convivencia? ¿Cómo se distribuyó el espacio público entre los puestos ambulantes? ¿Cómo resisten mutuamente la invasión de territorio?

12. Conclusiones

Las estrategias y modos de actuar de la publicidad informal crean a partir de la condición nómada del sujeto nuevos puntos referenciales en el mapa de las ciudades, estas configuraciones deben asimilar el entorno, instalarse en él y propiciar diálogos con los espectadores para no emplazarse a la fuerza, para actuar desde lo cotidiano y resistir el anonimato.

La publicidad informal se despliega sobre el espacio público, porque es lo público la esencia de la comunicación publicitaria. Ella misma se piensa en términos de divulgación, de visibilidad, de acercamiento y contacto con el público. Los modos y estrategias de operación de la publicidad informal, dentro de su misma condición marginal enriquecen el concepto oficial y permiten que a través de la necesidad se manifieste la recursividad del sujeto.

La espontaneidad, autenticidad y exuberancia de las estrategias que emplea la publicidad informal enriquecen y estimulan la configuración de lenguajes propios, es decir la construcción de estrategias y mensajes con un arraigo local, donde se contextualice el mercadeo hacia necesidades reales sin tipologías foráneas y calcadas.

El espacio de estudio fue acertado ya que la diversidad permitió contrastar y reforzar los hallazgos. La metodología adoptada como guía para la fase de trabajo de campo fue acertada ya que permitió una experiencia constante con el objeto de estudio. Pensar desde la particularidad de los espacios (localidades, barrios) nos lleva a pensar en lo colectivo, desde cada manifestación en las aceras que suceden como ejercicios de supervivencia personal se lee más allá una necesidad colectiva. La recursividad de la publicidad informal exhuma "sobrecargas representativas" (Silva, 2006: 124), toda ella es una exuberancia de la representación y el mensaje comunicativo, mediada por la inmediatez del espacio y del tiempo de visualización de su potencial consumidor.

Curiosamente se detectó que el fenómeno de la publicidad informal se estimula por el flujo de personas (cantidad de clientes potenciales), más que por el poder adquisitivo de las mismas (estrato socioeconómico). Este hecho radica en gran parte por las diferentes poblaciones que manejan los espacios: poblaciones fijas y poblaciones ocasionales.

También se observó que los productos ofrecidos variaron con respecto al calendario (productos escolares, celebración de semana santa, día de madres, eventos deportivos, etc.) más no a la zona urbanística. Es decir los mismos productos fueron promocionados en la Localidad de Engativá como en Chapinero.

La visibilidad de lo informe en la publicidad, personificado a través de la exhibición, es un aspecto que merece ser profundizado. Este estudio fue un acercamiento a la publicidad informal desde el concepto de lo informe, sin embargo los hallazgos a nivel de las estrategias y mecanismos de exhibición del comercio informal son tan llamativos que merecen un estudio a parte donde se instigue la cualidad de lo efímero en el proceso de su construcción.

Para finalizar una reflexión. No deja de evidenciarse la gran cuota de miseria, sin embargo esas vidas son vectores de fuga, subversiones del sistema, hijos bastardos del capitalismo en su lucha por sobrevivir. Alteraciones producidas por la crisis laboral, por la falta de oportunidades y sin embargo absorbidas por el consumismo. No hay lugar para la compasión cada quien se mueve dentro de los límites del sistema, viviendo de él-para él.

13. Bibliografía

Augé, M. (1994). *"Los No lugares" Espacios del anonimato: Una antropología de la sobre modernidad*. Barcelona: Gedisa.

Bataille, G. (2003). *La conjuración sagrada: ensayos 1929-1939*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.

Bois, Y. A. y Krauss, R. (1997). *Formless. A User's Guide*. New York: Zone Books.

Careri, F. (2002). *Walkscapes: El andar como práctica estética*. Barcelona: Gustavo Gili.

Deleuze, G. y Guattari, F. (2008). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre-textos.

Perec, G. (2004). *Especies de espacios*. Barcelona: Montesinos. 4ª edición.

Rojas, E. y Guerrero, M. (1997). "La calle del barrio popular: fragmento de una ciudad fragmentada" en *BARRIO TALLER La calle: lo ajeno, lo público y lo imaginado*. N° 4, pp. 25-67.

Silva, A. (1992). *Imaginarios urbanos*. Bogotá: Tercer mundo.

14. Páginas Web

Diccionario de la lengua española (DRAE). Consultado el 27 de noviembre de 2013 en www.rae.es/recursos/diccionarios/drae

Portal Oficial de la Ciudad de Bogotá. Consultado el 27 de noviembre de 2013 en www.bogota.gov.co

Secretaría Distrital de Planeación (SDP) Bogotá. Consultado el 27 de noviembre de 2013 en http://www.sdp.gov.co

ÍNDICE ▷

CAMPAMENTO FRENTE A CIUDAD. *HACER-CAMPAMENTO* COMO ACCIÓN CONVERGENTE DE HABITAR, CONSTRUIR Y TEJER COMUNIDAD

Susana Velasco Sánchez
Universidad Politécnica de Madrid

1. ¿Qué es un campamento?

La figura del campamento aparece hoy como una *forma* nueva que cataliza muchos de nuestros signos epocales. Se produce como un asentamiento de iguales en un lugar desde el que tomar una posición. Y se da a su vez en él una doble situación: la de separarse respecto del orden existente afuera, no tanto para ausentarse y esconderse sino como toma de distancia desde la que cuestionar el régimen que domina el exterior. Y a su vez esa voluntad de separación permiten que se pueda levantar, en su seno, una forma distinta de encuentro con el mundo. Delimitando un espacio en el que inaugurar un tiempo nuevo.

Estas formas distintas, estos campamentos, aparecen hoy en diferentes puntos del planeta y con motivos bien diversos. Entenderlos como forma de protesta sería reducir a bien poco el potencial que albergan. Interpelan y reivindican, pero se diferencian respecto de las formas habituales de protesta en que más que una negativa late en ellas la potencia de una afirmación.

Fig 1 -Visión del área conocida como "La Chateigne" en el campamento Zad de Notre Dame des Landes. Fuente: earth-firstjournal.org/newswire/2013/12/20/resistance-occupation-and-anarchy-on-the-zad/

Esta *figura* emerge en el presente debate que se da en numerosos frentes –la arquitectura, la filosofía y la política–, en torno a las formas posibles de vida en común, y en el que todas las discusiones parten de la base del modelo *ciudad*. Así esta forma inesperada y con carácter mutante es capaz de asentarse tanto lejos de la ciudad como en su corazón mismo. No es el campamento una estructura amorfa, no es tampoco una forma estable, ni siquiera es un modelo que se pueda replicar. Su forma nace íntimamente vinculada al territorio y al contexto al que interpela. Y su estructura ensaya la forma espacial de aquello que está reivindicando: formas de organizar el mundo, de habitar y relacionarnos más justas entre iguales. Para evaluar el impacto global que tienen estas propuestas no parece importar su tamaño ya que constituyen pequeños mundos completos donde comparecen todos los aspectos de la vida en común. Y es aún desde su pequeñez desde son capaces de cuestionar la organización completa del hegemónico sistema ciudad.

Frente a ellos la ciudad se torna una forma de convivencia amansada y desgastada, donde la participación ciudadana parece un último esfuerzo para conectar con unos habitantes hace tiempo expulsados a quienes se les ofrece la posibilidad de opinar sobre su entorno y el espejismo de tomar las riendas de su ciudad. Es tan grande la fractura social que los medios para acercarlos resultan infantiles y no pasan a ser meros escapes de tensión que garantizan la separación entre sociedad y estado.

Fig. 2 – A la izquierda se muestra el sistema del campamento de Acampada-Sol[1] y a la derecha los campamentos en cúmulos dentro de la Zad de Notre Dame des Landes como Bruselas o Rotterdam. Fuente: wikipedia.org, rue89.nouvelobs.com/sites/news/files/assets/image/2012/10/cartenddl.png, spanishrevolution11.files.wordpress.com/2011/11/acampada-sol-3rd-week-map.jpg, intereconomia.com/sites/acampada-sol_1.jpg

La *forma campamento* puede leerse entonces como oposición a la actual *forma ciudad*. Pero en su germen comparten la realización de la vida en común. Así esta *forma practicada* –un experimento de formas y relaciones– constituye una divergencia con respecto a la ciudad que abre la posibilidad también de la dialéctica entre ambas partes.

2. Tomar posición. El lugar del asentamiento como orientación radical

El lugar donde surge el campamento es siempre el corazón de una problemática. Se trata de ocupar el lugar simbólico y establecer con ese trozo de tierra y el contexto que lo envuelve un vínculo intensivo. Estas ocupaciones no son necesariamente fortificaciones, están defendiendo una idea que es fuerte ya en sí misma, no se trata de protegerla sino de mostrar su valor poniéndola en práctica. El campamento es también una imagen de lucha, de resistencia. Y esa forma campamento es a su vez una imagen que es un *espacio de lucha*. Desde ahí es desde donde decimos que los campamentos "toman posición"[2].

A su vez se denomina "posición" a la encrucijada formada al menos por tres componentes: el punto geográfico, el trazado del asentamiento y el grupo humano que la defiende. La palabra "posición" alude entonces no solo a un enclave geográfico, sino al lugar concreto donde se elabora una idea y se la defiende, como si fuera posible localizar ideas en el espacio, o incluso como si fuera posible *espacializarlas*.

Tratar de analizarlas pasa entonces por comprender sus diferentes posiciones. El campamento denominado *Zad* en Notre Dame des Landes, junto a Nantes, lleva varios años asentado en un bosque húmedo de gran riqueza ecológica y amenazado con la destrucción desde el que proclama: "Contre l'aeroport et son monde". Quizá sea ésta la experiencia actual que cuenta con mayor diversidad y matices. Por otra parte hay otro gran movimiento conocido como "No border camp" que se viene formando regularmente en descampados de ciudades en las que se está debatiendo sobre el cierre de fronteras a la migración, Bruselas, Rotterdam. Y por último una sucesión de experiencias que toman el corazón simbólico de las ciudades para inocular campamentos, y que desde el movimiento 15M y la *primavera árabe* –con la ocupación de la Puerta del Sol o de la plaza Tahrir– hemos visto contagiarse al corazón de las metrópolis que dirigen el mundo bajo el nombre de "Occupy".

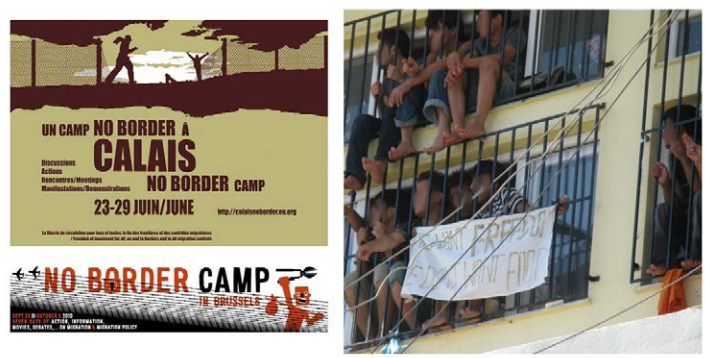


Fig. 3 – Imágenes y convocatorias de los campamentos contemporáneos: No border camp, Occupy Wall Street y Occupy London. Fuente: indymedia.org.uk/en/2009/06/431769.html y noborderbxl.eu.org

Hay desde luego antecedentes que preparan esta proliferación. Formas de resistencia que están anticipando una idea de lucha que corre en paralelo a la agenda del progreso: recordemos las movilizaciones con ocasión de las cumbres del G8, o en España las protestas de V de Vivienda en medio de la burbuja inmobiliaria con el lema "No vas a tener casa en tu puta vida", éstas son sólo algunas de ellas. También son herederas de de los movimientos

[1] La Acampada-Sol recibió en el año 2012 un premio Europeo del Espacio Público Urbano. Más información en este el enlace: Premio Europeo del Espacio Público Urbano 2012

[2] Didi-Huberman ha trabajado ampliamente sobre cómo las imágenes tocan lo real, cómo toman posición y cómo son un espacio de lucha. Consultar esta breve e interesante entrevista que mantiene con Amador Fernández-Savater. http://blogs.publico.es/fueradelugar/183/las-imagenes-son-un-espacio-de-lucha

Fig. 4 – Manifestaciones en protesta contra la Ley Loppsi 2 en Francia del año 2011 al año 2013. Fuente: macabane.info/spip.php?article139, nantes.indymedia.org/articles/22518

"Reclaim" como aquel llamamiento: "Reclaim the street". No podemos olvidar tampoco el campamento Sintel y los 187 días que colonizaron el Paseo de la Castellana en Madrid. Hay, sin duda, ciertos territorios donde la forma del asentamiento autónomo es práctica común, como son los territorios del Sur de Francia, donde tradicionalmente se viene congregando un espíritu libertario en autóctonos pero también de migrantes –vinculado a la ecología y a la política– que decide construir asentamientos más o menos informales –en muchos casos de gran belleza– y llevar una vida al margen del progreso. Es en el año 2011 cuando el gobierno de Sarkozy impulsa una ley, conocida como Loppsi 2[3], donde en nombre de la seguridad interior decide limitar en una larga lista todo tipo de libertades –materiales, como las formas de vida, e inmateriales como la libertad de intercambiar conocimiento en la red–. La parte más visible de esta ley es la de limitar estas vidas *fuera de la norma* bajo el pretexto de resultar amenazantes. La reacción de los habitantes no se hizo esperar, y numerosas protestas salieron en marchas y tomaron también la forma simbólica del campamento, paseando tipis, furgonetas y cabañas en las movilizaciones, ya que eran esas las formas que les permiten la autonomía y que el gobierno decide desmantelar sin pasar por ningún proceso judicial. Se da la circunstancia de que Francia es el país mas regulado y también el que es a su vez quien alberga la mayor disidencia.

[3] La Loppsi 2 se refiere a la Loi du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure.

3. Tradiciones recogidas por los campamentos

La diferencia de estos nuevos campamentos es que lejos de ser acontecimientos aislados y limitados están recogiendo numerosas corrientes de pensamiento y las están transformando en herramientas visibles y efectivas de lucha.

Está en primer lugar recogiendo toda la tradición de la cabaña primitiva. Es éste un tema recurrente en el campo de la arquitectura, que reaparece y la refunda de tanto en tanto. El campamento es capaz de tomar la potencia de la cabaña para reformular nuestra experiencia de vida en conexión con el entorno y poner esa sensibilidad estética al servicio de la vida colectiva. Junto a la tradición de la cabaña primitiva recogen a su vez la tradición que surge –fraguada también en una cabaña– de la desobediencia civil, nombrada formalmente por H. Thoreau a mitad del siglo XIX. Estas dos tradiciones son tomadas y empujadas a su vez hacia la tradición que trata de pensar intensamente en la idea de comunidad. El campamento abandona el ideal de retiro solitario del mundo y pasa a convocar un común, la vida compartida. Un sujeto colectivo. Y podemos recoger desde aquí la cadena que cose a M. Blanchot en "La comunidad inconfesable" –la comunidad de los amantes, la comunidad de los que no tienen comunidad, etc.– con otros tantos que hacen avanzar esta pensamiento, como G. Agamben en "La comunidad que viene". Ya asentado en esa comunidad el campamento parecen incluso querer amplificar su campo de influencia y enlazar con otra idea, bien formulada por Gilles Clément en la visión del llamado "Jardín planetario", imagen desde la que trata de analizar cómo el único recinto que existe de verdad es el de la biosfera completa.

4. Islotes, agujeros, polis

Si tratásemos de buscar alguna imagen o figura que pueda hacerse cargo de la potencia de esta colección de experiencias la primera imagen sería la de una *constelación* de puntos separados pero conectados. En una mirada más cercana a los campamentos vemos cómo señalan y resaltan algunos *fragmentos* de la superficie de la tierra. Porciones de tierra concretas y delimitadas que actúan como *islotes* declarando un estatus autónomo, una soberanía. Son islas, pero no remotas, ya que colonizan los márgenes del orden y en este sentido también actúan como *refugios* para aquellos de deciden retirarse de las imposiciones

del progreso, tomando la analogía propuesta por Gilles Clément en el Tercer Paisaje: son refugios para las especies que circulan por el ambiente pero que son fumigadas en las zonas de control. Si ponemos el foco, sin embargo, en ese orden exterior, la imagen quizá más justa sería la de ser *agujeros* en ese continuo y uniforme tejido de dominación que conocemos como neoliberalismo. Estos islotes-refugios están convocando con su presencia a *agujerear la realidad* a quienes estamos inmersos en el tejido exterior continuo, y a arrancarle nuevos jirones en otras localizaciones. Nuevas insurrecciones locales en el planeta globalizado.

Se denominan campamentos porque hay en ellos una voluntad inicial que los levanta. Una voluntad de fundar que surge con gestos muy precisos, gestos cargados capaces de fundar y señalar un orden nuevo. Son por tanto nuevas fundaciones donde poner en práctica *otra cosa*. Su forma es un ensayo permanente. Son estructuras en constante cambio, más que formas son apenas potencias, inicios, configuraciones primitivas, primeras. Y ese ser campamento traza el vínculo que las liga con la tradición de la ciudad. Las ciudades han surgido también de voluntades concretas como las que fundan campamentos. Hoy las ciudades no surgen de esta manera, son planificadas en imágenes globales al servicio de intereses ajenos a ellas mismas. No hay habitantes en ellas, se convocará a colonos globalizados a habitar una imagen que ya está dada. A consumirla. El momento actual parece dividirse por tanto mediante dos formas enfrentadas de habitar y gobernar el espacio, ciudades y campamentos. Tiene por supuesto algo de lucha de David contra Goliat.

Pero campamento y ciudad no son dos figuras completamente contrapuestas. El campamento desde su inicio trata de acoger la diversidad de acciones y lugares que sostienen la vida humana. El campamento contiene una representación de todos esos fragmentos vitales y como si de un parlamento se tratase las ubica en lugares concretos. Es entonces un tejido incipiente pero completo, de formas primitivas capaces de amplificarse. Desde esta premisa son *proto-ciudades*: formas germinales que albergan algo mayor.

Fig. 5 – Visión aérea del núcleo llamado "La Chateigne" dentro del campamento Zad de Notre Dame des Landes. Fuente: bigpicture.antifa-net.fr/pendant-ce-temps-a-notre-dame-des-landes/

Fig. 6 -Visión aérea de la Plaza Tahrir de El Cairo localizando los programas que alberga el campamento. Fuente: davaidavai.com/2011/02/15/communities-how-the-camp-on-tahrir-square-organized-itself/

Observando esta volunta de *completud* entendemos que para un análisis global puedan estar al mismo nivel que las ciudades. En su fuerza y definición son comparables a la idea de *polis*. Pequeñas *polis* flotantes en la era planetaria, presentando cada una de ellas una resistencia a la dominación y a su vez declarando su soberanía.

5. El campamento como afirmación

Vemos como estas *formas-campamento* constituyen también una divergencia respecto de las formas más clásicas de lucha, en las que se piensa en términos de "frente", "bloque", "convergencia" o de la necesidad del partido como instancia unificadora. No se lucha aquí como negativa a la situación, se lucha afirmando otra forma, de convivencia, de arquitectura y de comunidad. Dice Rancière: "debe operarse en nombre de una afirmación (la igualdad) y no en nombre del enemigo (la economía)".

Esta idea de afirmación la desarrolla Rancière en el texto "Construir los lugares de lo político" en una entrevista[4] donde plantea una diferencia: "O bien se parte de una potencia contra la cuál se lucha, o bien se lucha en nombre de una potencia común, de una capacidad común. Si la política consiste en atacar al enemigo, entonces se trata de una concepción

[4] Esta entrevista, con el título *"Construir los lugares de lo político"*, se publicó en El tiempo de la igualdad. Diálogos sobre política y estética, Jacques Rancière, presentación y traducción de Javier Bassas Vila, ed. Herder, Barcelona, 2011, pp. 289-304. Se puede leer on line en El diario: http://www.eldiario.es/interferencias/Jacques_Ranciere-organizacion_6_101549853.html

militarista del enemigo. Hacer algo 'contra' no construye un comunismo positivo". En dicha entrevista Rancière propone imágenes distintas: lugares de encuentro, relevos, extensión de capacidades, la organización pensada, no como coordinación, sino como "multiplicador" de las capacidades de cualquiera. Recogemos aquí estas imágenes y desde ellas tratamos de poner a prueba la figura del campamento Se nombra también la necesidad de fundar lugares y de crear vínculos, "así no puede haber separación entre la constitución de islotes comunitarios y el objetivo consistente en crear vínculos". Y se interroga sobre cuál es el papel de la visibilidad y el anonimato: "Nos topamos con otra tensión: por un lado, hay que recrear comunidades visibles, comunidades ejemplares de vida; por el otro, hay que volverse invisibles para asestar golpes a ese orden global." Y a su vez se reconoce la necesidad de dar con nombres de figuras –como antes fue el obrero, y hoy los innumerables– "capaces de acoger y representar esta nueva situación deseable". Rancière merodea en torno a formas de organizarse y formas de nombrar ese lugar: "¿qué otra organización de formas de producción, de consumo y de intercambio podemos considerar actualmente como posible y deseable?". Y reconoce la singularidad de la forma que ha de surgir: "hasta ahora estos lugares se fundaban siempre ligados a núcleos activos y sociabilidades ya existentes. Esa configuración social y política ha estallado. ¿Cómo *hacer hoy un pueblo* a partir de fragmentos dispersos? Es el problema del vínculo, de cómo tejer vínculos, no ya entre realidades previas y existentes, sino vínculos que *creen realidad al mismo tiempo que la tejen*". Hemos visto campamentos donde esto ocurría y cómo subyacente a ellos aguardaba un anhelo: la posibilidad de fundar un pueblo.

6. ¿Cómo?

Nos interrogamos ahora sobre el *cómo* se teje la estructura de los campamentos. Ya desde la perspectiva de la arquitectura es muy sugerente ver la capacidad que despliegan para atravesar acciones separadas, como son el habitar, el construir y el tejer comunidad. La capacidad, también transversal, de poner en sintonía directa a cuerpos y medio ambiente. Y la de hacer coincidir la vida con la política y la poética. El campamento trae la experiencia al primer plano, en una forma de experiencia completa: sensible, material, y colectiva.

Una de las primeras cuestiones es el *cómo* se llega, y hay una forma que resuena en esto, es el *llamamiento*, que surge allí donde se evoca una intención, un espíritu, y a su vez una invitación a unirse a la experiencia de lucha. También el *cómo* se pertenece al campamento, donde esto no sucede por identidades ni tampoco por asignación de tareas. Se llega al campamento de cualquier parte del planeta para quedarse un tiempo indefinido, y los quehaceres se van organizando por afinidad y sintonía. Por filiaciones espontáneas. No se trata tanto de identidad como de implicación. Se da en todo una forma de fraternidad que es el motor de las vida y las acciones que se llevan a cabo. La riqueza del campamento está en la capacidad de habitar fraternalmente entre gentes muy diversas. Recordemos como Ivan Illich trabajó intensamente en los años setenta sobre lo que él denominó *convivialité*. "Que sería la capacidad de hacer convivir las dimensiones de producción y de cuidado, de efectividad y de compasión, de modelado de los productos y de creatividad, de libertad y de fantasía; de equilibrio multidimensional y de complejidad social: todo para reforzar el sentido de pertenencia universal contra el egoísmo".

La forma de organización se comparte entre iguales, buscando consensos. Esta forma es característica de las llamadas sociedades primitivas, sociedades son jefes, sin estado, a las que el antropólogo Pierre Clastres estudia y dedica gran parte de su vida.

Otro de los *cómo* fundamentales es el papel de la autoconstrucción y cómo las herramientas propias de la arquitectura devienen herramientas de lucha, tanto material como simbólica. En el *Zad* se narran como *guerreros-agitadores* que devienen constructores. Están poniendo en marcha en la vida lo que otros están debatiendo en ámbitos teóricos, parecen casi recuperar la figura del artesano a la que R. Sennet le viene dedicando sus últimas investigaciones. Recorriendo estos campamentos vamos encontrando una suerte de *protoarquitecturas.* Está la señal que muestra el vínculo primordial que existe entre espacio y campamento. "Raum" (espacio) nombra en sus viejos significados: *raum, rum* quiere decir el lugar franqueado para población y campamento (Duque, 2008: 143). Estos campamentos nos permiten encontrarnos hoy con formas que han catalizado la misma energía con la que se fragua el mundo. "Construir en sentido propio es habitar (o lo que es lo mismo sólo se habita de verdad sobre la tierra y bajo el cielo construyendo, o sea: ensamblando en la cosa la ronda de seres divinos, mortales, cielo y tierra… conjuntando litigiosamente, en trabazón de fuerzas y tensiones contrapuestas" (Duque, 2008: 134). Las arquitecturas que vamos encontrando en el campamento –torretas, barricadas, cabañas flotantes, cabañas en los árboles…– van produciendo una acumulación de formas originarias que nos llevan a la fuerza que emana del origen. La conexión entre las fuerzas externas y las internas: el cosmos y la cabaña. La autoconstrucción, con sus decisiones tomadas en vivo

Fig. 7 – Formas de fraternidad desplegadas en el campamento Zad de Notre Dame des Landes. Fuente: flickr.com/photos/nddl/10731426443/in/set-72157637423062926/

Fig. 8 – Diferentes momentos en construcciones en el campamento *Zad* de Notre Dame des Landes. Fuente: lazadsurunplateau.noblogs.org y http://labofii.wordpress.com/

y sus materiales ensamblados otorga una apariencia singular a estas figuras construidas que poseen la fuerza de una arquitectura no domesticada.

La cuestión del anonimato es otro de los *cómo* que caracterizan estas formas de hacer. No es que haya una ocultación sobre la autoría, pero si se está reconociendo que hay una potencia de lo colectivo que es la que insufla la fuerza a las acciones. Cuando hay una verdadera colaboración con el contexto, y con el medio, ecológico o social, sea éste el que sea, se producen obras de autoría compartida, autoría en circulación. Y como resultado de este tipo de intervenciones se obtiene siempre una presencia singular, multi-direccional, profunda y no apropiable. "Necesito devenir anónimo. Para estar presente. Cuanto más anónimo, más presente"[5].

El último de los *cómo* trata de entender cómo opera la cuestión de la precariedad de las formas que aparecen en el campamento. Precariedad procedente de la urgencia, el exilio, la expoliación o el desamparo. Precario como frágil y transitorio, también como imagen de resistencia extrema. La resistencia de lo que dentro de poco tiempo ya no estará, pero que habrá sabido producir realidad.

[5] Cita procedente del libro *Llamamiento y otros fogonazos.*

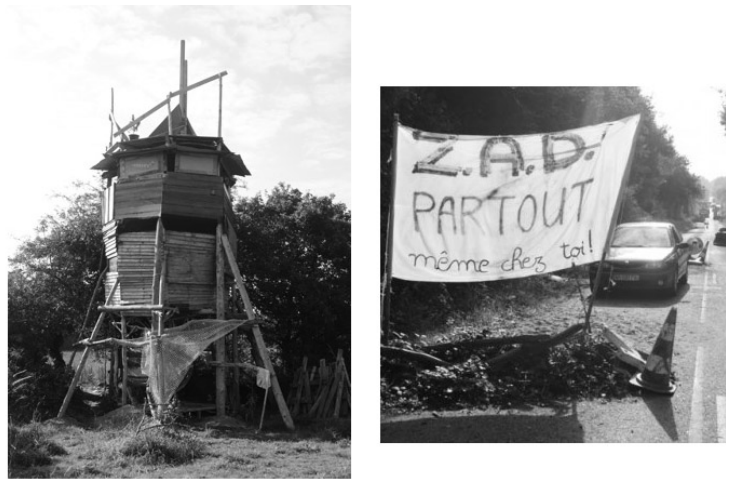


Fig. 9 – Torreta en el *Zad* de Notre Dame des Landes y fuera. "La Zad está por todas partes, incluso en tu casa". Fuente: earthfirstjournal.org/newswire/2013/12/20/resistance-occupation-and-anarchy-on-the-zad/

El asunto de la precariedad trae consigo también la cuestión del trabajo del arte ya que los campamentos parecen en ocasiones obras de arte, haciéndonos dudar de nuevo sobre la eterna cuestión sobre si es el arte el que inspira a la vida, o es la vida la que inspira al arte. Acudimos al artista Thomas Hirschhorn para tratar de profundizar en este asunto ya que su obra coincide en numerosos aspectos con la obra que son los campamentos, especialmente son los llamados *monumentos*[6] los que producen lugares de un orden similar, tanto en la forma que aparece, como en la forma de encontrarse que propician, haciendo visible el vínculo del pensamiento filosófico-político con la vida inmanente de quienes allí se encuentran. Desde ellos el artista se plantea iniciar argumentos de partida para la discusión, para "reclamar el mundo", dice él, para resignificar el espacio, también dice:

> Sólo puedo hacerlo cuando la forma de esto –la precariedad– concuerda con el mundo. El mundo en el que estoy viviendo –el mundo entero." (…) Quiero hacer un trabajo en el que la precariedad encuentre su sentido de vida, resistencia, invención, crueldad, creatividad, universalidad, agudeza.

Sus obras se presentan como urgentes, con la necesidad de incidir inmediatamente sobre el presente, "No soy un instigador del caos" –escribe Hirschhorn–, "soy un artista-obrero-soldado", afirmación que nos recuerda al anterior *habitante-constructor-*

[6] El primero de ellos fue el *Spinoza Monument* en Amsterdam en 1999. Luego, vinieron el *Deleuze Monument* en Marsella en el 2000 y el *Bataille Monument* en Kassel en 2002, el *Swiss-swiss Democracy* en 2004, el *Musée Précaire Albinet* que tuvo lugar en 2004 en Aubervilliers, Paris. Y el último de ellos y más complejo: *Gramsci Monument* en el Bronx, Nueva York en 2013.

Fig. 10 – Imágenes de los diferentes Monumentos realizados por Thomas Hirschhorn del 1999 al 2013. Fuente: artandresearch.org.uk/v3n1/hirschhorn2.html, http://artengine.ca/blog/?p=2500

Fig. 11 – Conjunto de cabañas realizado con madera en diferentes formas de ensamblaje y enlazado con dos caravanas. En una de las área campamento *Zad* de Notre Dame des Landes. Fuente: lazadsurunplateau.noblogs.org

tejedor de comunidad de los campamentos. Reconocemos una similitud entre la obra de Hirschhorn y los campamentos. Algunos estudiosos creen que "construye fortalezas frágiles para disimular el poder de la información que proporciona, para que el enemigo no las tome en consideración. Un *Museo Precario* que por su propia fragilidad es incapaz de excitar la saña agresiva de sus oponentes", y las intenciones del artista están también alineados con los campamentos:

> Quiero ocuparme del mundo que está a mi alrededor y mientras tanto seguir siendo una persona libre. Necesito tomar posición y no debo preocuparme si hemos vencido o perdido la batalla", y vincula dentro del arte la cuestión de la belleza con la de las luchas: "Debemos defender la belleza contra el capitalismo.

Asistir a los monumentos precarios de Hirschhorn, tomados por los habitantes del barrio, y rodeados de la materia precaria que forma hoy el mundo nos trae a la reflexión sobre cuánto de monumento hay a su vez los campamentos.

7. Hacer-campamento como acción convergente

El campamento se comporta como una figura dinámica, su potencia reside en la acción. No es por tanto una imagen fija sino más bien una imagen-movimiento, un acontecimiento. No admite por tanto réplicas posibles, es una *forma de hacer*. La potencia que podemos exportar desde él es la forma de su predicado: *hacer-campamento* que arrastra todos los matices que hemos ido señalando en este recorrido y que es quizá posible resumir en la acción convergente de habitar, construir y tejer comunidad.

Hay detrás de esta acción una larga cadena de acciones que podría empezar de este modo: escuchar el lugar, hacer un llamamiento, recoger diferentes fuerzas del contexto, comenzar a trazar, levantar un espacio con las manos propias, dejarse afectar, estar presente, separarse para encontrarse, rodearse de la materia de la que está hecha el mundo, no separarse de la experiencia, vincular lo individual con lo colectivo, hacer mundo permanentemente…

Es preciso señalar a su vez hacia otra figura del momento presente. El *campo*. Ya que proviene de la misma raíz y a su vez resulta una figura contraria al *campamento*. Nos referimos al campo de concentración nazi que tiene su réplica hoy en los centros de retención de extranjeros, pero también al campo de concentración que poco a poco se abre paso en nuestras ciudades según Giorgio Agamben. Asunto que lanza en el año 1995 en el texto CAMPO donde dice:

> Los campos nacen, no del derecho ordinario, sino del estado de excepción y de la ley marcial. sus habitantes fueron despojados de todo estatuto político y condenados totalmente a una vida vegetativa, el campo es también el más absoluto espacio biopolítico que se haya realizado jamás, en el cual el poder no tiene frente a sí nada más que la pura vida biológica sin mediación alguna. El campo, que se ha instalado firmemente en su interior, es el nuevo nomos biopolítico del planeta (Agamben, 1995).

No es por tanto contra la ciudad contra lo que se posiciona el campamento, sino contra el campo de concentración en que se han convertido nuestras ciudades. Vemos como en medio de este desierto, o de esta catástrofe dilatada, surgen aquí y allá grandes y pequeñas resistencias. Allí donde se trata de primar la experiencia

sensible y no tomar la realidad tal y cómo nos viene dada, allí donde se trata de ligar la acción a un aprendizaje compartido, de hacer circular una inteligencia colectiva. Este término ha sido a su vez adoptado por iniciativas alejadas del activismo que están haciendo comunidades de aprendizaje compartido como contraposición a las estructuras jerarquizadas.

Los campamentos producen filiación, ganas de acudir a ellos. Invitan a olvidar lo que uno ya sabe o también a recordarlo de otras maneras –recordar es en sentido etimológico: volver a pasar por el corazón–. Producen una renovación de la experiencia. Propician permanecer en el lugar, cerca del origen.

A nada le cuesta tanto abandonar el lugar como lo que está cerca del origen (Hölderlin). Origen como cabaña pero también origen como edad infantil. Infancia de la experiencia. El campamento propone instalarse en un cruce originario, origen del construir pero también origen del humano. Origen fundado en una infancia empoderada, la de aquellos *niños perdidos* que se han propuesto derribar el estado dado de las cosas para construir ahora la casa donde vivir en compañía, donde elegir los antepasados que les hagan más libres y donde encontrar formas amorosas y fraternas de estar juntos[7] (Anónimo, 2009: 13).

Y bajo este recorrido por la figura del campamento viene latiendo una idea que va fraguándose desde distintos puntos. Una idea en común: *volver a acampar* en el mundo.

8. Bibliografía

Anónimo (2009). *Llamamiento y otros fogonazos*. Madrid: Ed. Acuarela y A. Machado

Agamben, G. (1996). *La comunidad que viene*. Valencia: Ed. Pre-textos.

Agamben, C. (1995). "¿Qué es un Campo?" en *Sibila*. Sevilla, nº 1. Consultado en http://www.oei.org.ar/edumedia/pdfs/T06_Docu4_Queesuncampo_Agamben.pdf

Blanchot, M. (1986). *La comunidad inconfesable*. Madrid: Ed. Nacional.

Clastres, P. (1974). *La Sociedad contra el estado*. Barcelona: Editorial Virus.

Didi-huberman, G. (2010). "Las imágenes son un espacio de lucha", entrevista con Amador-Fernández Savater, Estefanía García y David Cortés en *Diario Público*. Consultado en http://blogs.publico.es/fueradelugar/183/las-imagenes-son-un-espacio-de-lucha

Duque, F. (2007). *Habitar la tierra*. Madrid: Abada Editores.

Illich, I. (1973). *La convivialité*. Paris: Editions de Seuil.

Ranciere, J. (2011). "Construir los lugares de lo político", en Rancière, J. *El tiempo de la igualdad. Diálogos sobre política y estética*, presentación y traducción de Javier Bassas Vila. Barcelona: Herder 2011, pp. 289-304. Consultado en *http://www.eldiario.es/interferencias/Jacques_Ranciere-organizacion_6_101549853.html*

Rykwert, J. (1974). *La casa de Adán en el paraíso*. Barcelona: Gustavo Gili.

Sennnet, R. (2008). *El artesano*. Barcelona: Editorial Anagrama.

[7] En referencia al texto *Llamamiento y otros fogonazos* y a la frase sobreimpresa en el cortometraje anónimo de 18ª Color . 2001 Y la guerra apenas ha comenzado.

ÍNDICE ▷

IMAGINARIO URBANO, ICONOGRAFÍA Y REPRESENTACIÓN DE MUNDO: LITERATURA Y CONTEXTO CULTURAL DE SANTIAGO DE CHILE EN LOS AÑOS 30

Rodrigo Andrés Vera Manríquez
Universidad de Chile

1. A partir de una portada

Un cuadro del pintor expresionista alemán August Macke, ilustra la portada de una de las varias ediciones de una novela chilena publicada por vez primera en 1935.

El cuadro, titulado "La sombrerería", data del año 1914, y representa una mujer anónima que en una postura despreocupada, mira una vitrina donde se exhiben sombreros femeninos de varias formas y colores, adornados con plumas de diversa longitud. La misma mujer porta uno, que junto con su sombrilla, nos ayudan a entender que se trata de una dama burguesa que se ha detenido frente al escaparate, a observar la que será seguramente su futura adquisición, o simplemente a mirar las nuevas tendencias de la moda, *ad portas* del conflicto que desde ese mismo año y hasta 1918, sacudirá a Europa, llevándola a profundos cambios sociales. Sin embargo, la mujer parece ajena a toda disquisición política o beligerante; en una vitrina posiblemente en Bonn, ciudad que inspiró a Macke a realizar una serie de pinturas sobre escaparates, ella mira a través del vidrio de la vitrina que es representada mediante una marcada perspectiva; aguzadas líneas de fuga, proyectan la calle más allá del cuadro, en lo que se podría interpretar como una sucesión de tiendas de un barrio comercial, propio de una urbe alemana de principios del siglo XX.

La mujer podría ser cualquier mujer de aquella época. Podría ser incluso una chilena de la primera mitad de los años treinta. Podría tener nombre y un lugar, llamarse Teresa Iturrigorriaga, y estar exactamente en la misma situación: capturada por los dictámenes de la moda, frente a una vitrina del centro de Santiago.

La elección del cuadro de la portada de esta novela, no puede ser mejor invitación a descubrir lo que en sus páginas se encontrará: la vida de una señorita aristócrata que luego de que su familia perdiera toda su fortuna y con su padre postrado, se ve obligada a ganarse la vida, entre otras cosas, mediante la venta de lo que fuera el vasto patrimonio decorativo de sus antepasados. Pero también, se ve obligada a seguir manteniendo las apariencias de las mujeres de su clase, donde poco a poco, el desgaste de su ropa, de sus medias y sombreros, van develando su condición de pobreza, que gradualmente se va convirtiendo en impedimento para visitar los lugares propios de la aristocracia chilena, en el afán de desarrollar una activa vida social en el centro de Santiago, y una vez que su suerte cambia para bien, en el lujoso balneario de Viña del Mar.

Teresa Iturrigorriaga Iturrigorri es su nombre, y el centro de la capital chilena su hábitat, y el cuadro de Macke, resulta ser la representación perfecta de esa ambición de consumo con que el libro caracteriza a la alta sociedad chilena de mediados de la década del treinta.

Publicada en 1935, y fruto de la pluma del escritor chileno Joaquín Edwards Bello (1887-1968), la novela titulada *La Chica del Crillón*, resulta ser un vívido retrato del Santiago de aquella fecha. De un Santiago que es visto desde una doble mirada: la del lujo de la aristocracia y la pobreza de la protagonista, cruce de lugares y costumbres que Edwards Bello describe con la sagacidad que le fue propia y que le llevó a conseguir el Premio Nacional de Literatura en 1943, y el Premio Nacional de Periodismo en 1959.

Los escenarios urbanos descritos en la novela, pasan del domicilio de Teresa, en la calle Romero, ubicada en la periferia del centro capitalino y cuyos vecinos son una cartonera y diversos obreros, a los lujosos salones del Hotel Crillón, sitio que le da el título a la obra literaria y que hoy todavía luce su fachada neoclásica, a pesar de ser un local de una conocida tienda por departamentos.

2. El centro de Santiago en su contexto

La Chica del Crillón es una novela urbana; aunque dispone situaciones en el campo de la zona centro-sur de Chile, el desarrollo más intenso de la trama tiene como escenario el centro de la capital, con referencias a la periferia, al situar el domicilio de la protagonista en la calle Romero, en el extremo poniente del centro, colindando con avenida Matucana, la que desemboca en el frontis de la Estación Central de Santiago.

La construcción literaria-espacial de la ciudad, lleva a la protagonista a establecer un circuito que va desde su residencia pobre del barrio obrero, al centro santiaguino representado en el lujoso y exclusivo Hotel Crillón, en una afortunada representación de los escenarios contrapuestos, que son el hábitat de Teresa Iturrigorriaga, que pasa de vestir su bata crema en la periferia, a su desgastado vestido café en el corazón de la ciudad.

Para la fecha de publicación de la obra, el centro de Santiago era el foco de discusión de arquitectos y urbanistas, campo de experimentación de los más variados proyectos de modernización urbana, que se habían sucedido desde la tercera mitad del siglo XIX.

El historiador Armando de Ramón, inquiere sobre la contradictoria situación que se da en el periodo que va de 1930 a 1990, al cual denomina la ciudad de masas, (de Ramón, 2007: 197) ya que fue el marco temporal en que la ciudad creció de manera absolutamente hipertrofiada e inorgánica, coincidiendo con la introducción del urbanismo científico en nuestro país.

La introducción de nociones de urbanismo moderno, a veces no encajaba con la vida social generada en el centro de la capital, choque de clases entre los desempleados producto de la crisis de 1929, y los últimos bastiones de la oligarquía. Ajena a la idea de planes reguladores y prácticas científicas que ordenaran la ciudad, la visión de Teresa Iturrigorriaga del centro de Santiago, se termina sellando con un pacto de por vida:

> Ningún santiaguino dejará de injuriar al centro, ni de ir dos veces al día. Nos conocemos desde pequeños, hasta saber cuántos lunares tenemos, y aún queremos conocernos más, hasta hastiarnos mutuamente y destruirnos. De tanto verse la gente cambia miradas rabiosas y saludos como escupos. Las señoras con hijas casaderas se vuelven jabalíes. El centro es la selva, el campo de batalla, el infierno o el cielo. Pero no dejamos de ir jamás. Yo moriré centrera (Edwards: 1973, 16).

Entre los años 1917 y 1919, se construye un gran edificio de carácter neoclásico en la intersección de las calles Agustinas y Huérfanos, en pleno centro de Santiago. A medio camino entre el Palacio de la Moneda y la Catedral de Santiago –centros del poder político y religioso por ese entonces–. Se trataba de la residencia de la familia Larraín García-Moreno.

Debido a la creciente importancia que la capital de Chile adquiría en América Latina, y ante la necesidad de contar con un servicio de hotelería de lujo, un grupo de inversionistas adquiere la propiedad interesados por su céntrica ubicación, para establecer un local de estas características, que se convirtiera en el centro de la sociedad santiaguina de aquellos años. Bautizado primero como Hotel Savoy, luego tomó el nombre de un conspicuo hotel parisino, símbolo de refinamiento y elegancia. Nacía así el Hotel Crillón.

En 1935, mismo año de publicación de la novela, el actor Clark Gable visitó Chile con ocasión de la inauguración del cine Metro, alojándose en las habitaciones del Crillón. Una foto lo inmortalizó ataviado de un poncho mapuche junto a Coke, seudónimo de Jorge Délano Frederick, el multifacético creador que en 1941 llevaría la novela de Edwards Bello al cine, provocando una pésima recepción y ácida crítica por parte del autor.

En palabras del crítico Miguel Laborde:

> El Hotel Crillón era un epicentro político, intelectual, frívolo, con un café célebre en el que convergían todos los que querían hacer historia, escenario ideal para trazar un panorama social completo, a lo Balzac. Escéptico, desencantado, Edwards Bello es cómplice de una visión de la ciudad como apariencia, máscara de animales humanos que, finalmente, aunque cambien los disfraces, siguen viviendo de acuerdo a los mismos impulsos primitivos de siempre, hambre de sexo y poder (Laborde, 2002: 8).

El Crillón, que operó hasta la década del setenta, cumplió un importante papel en la configuración del centro de Santiago.

Su nueva residencia, la de la calle Romero de doscientos pesos de alquiler mensual, se ubicaba en un barrio obrero habitado por vecinos que salían al alba y llegaban bien entrada la noche de su jornada laboral; avecindada con bailarinas de cabaret

maquilladas en exceso y una cartonera con un gato que se alimentaba de desperdicios, la vida de Teresa sufrió un drástico cambio al abandonar su casa en calle Dieciocho, que alguna vez en el transcurso del libro volvió a visitar, mirándola desde afuera y añorando sus comodidades.

El poblamiento de nuevos sectores de Santiago, específicamente hacia el oriente, también se relata como una transformación arquitectónica y social de marcado contraste con el centro capitalino; mas el contraste, se genera por el nuevo estilo de vida que traían modernos barrios como Providencia, continuación inmediata de Santiago hacia la cordillera.

El recambio generacional y la evidente crisis de la oligarquía chilena, cada vez más reducida en su poder político, llevó a renovar el sentido de vida social, cambiando el centro por los nuevos aires cordilleranos.

El historiador Armando de Ramón (2007) señala:

> Habría que añadir que los jóvenes de la clase alta de entonces miraban "con envidia y lejanía" el nuevo estilo de vida, moderno y sano y no tardarían en buscar los medios para abandonar las ya viejas mansiones del "casco antiguo", sus enormes y fríos cuartos y sus estirados salones, a fin de iniciar una vida nueva y diferente (de Ramón, 2007: 208).

Esa vida diferente se debía también a una riqueza diferente, gestada por medio de la especulación financiera, como anotó Teresa en su diario de vida: "Largamos las amarras, avanzando hacia Providencia, donde el dinero de los empréstitos reemplaza ventajosamente al salitre, haciendo surgir una ciudad pimpante de los terrenos baldíos y basurales antiguos" (Edwards, 1973: 65).

Sin embargo, las familias más conservadoras resistieron el cambio al considerar que la nueva urbanización, significaba la pérdida de privacidad al habitar viviendas tan cercanas unas a las otras, que aun así deslumbraban a la protagonista:

> Muy pronto penetramos en la zona de los chalecitos, como juguetes modernos, de una arquitectura desconocida y juvenil, puestos ahí como un engaño para la vista; (…) son castillos en España o sueños de empleados públicos que la jubilación hace congelarse en el aire (Edwards, 1973: 65).

Oficialidad de las Fuerzas Armadas y particulares asociados en Cajas de Previsión, fueron configurando el nuevo barrio, reflejado en el diálogo entre la Señora Cepeda, una nueva rica deseosa de igualar a la aristocracia mediante la adquisición de bienes, y nuestra Teresa, que para la ocasión ofició de agente de ventas de un chalet "con pila y sátiro echando agua."

Ante el alarmante precio de venta de ciento ochenta y tres mil pesos de la época, y el regateo de la compradora, Teresa contra argumenta:

> -Y, le diré, es barato. Toda la gente bien, la gente tip-top, los diplomáticos, la empleomanía, el alto comercio, se radican en este barrio. Aun como negocio se puede comprar, porque la capital se ensancha para la cordillera: primeras aguas, primeras brisas. Vale cien pesos el metro, y valdrá mil (Edwards, 1973: 67).

Nada más cierto. Palabras premonitorias de la protagonista de la novela.

Fig. 1 – Hotel Crillón. Esquina de Agustinas y Ahumada, Santiago, Chile. Arquitectos Siegel & Geiger, 1917-1919. Fuente: Autor

3. De la arquitectura a los objetos

Un punto que se había tocado en el capítulo anterior, guarda relación con los procesos de modernización social y urbanística llevados a cabo en el centro de Santiago.

La pobreza, situada en la calle Romero, es el argumento perfecto para oponer el lujo del Hotel Crillón.

En la revista Arquitectura y arte decorativo correspondiente al número 11, fechado en julio de 1930, se publicó un artículo titulado Construir, firmado por las iniciales H. S. A., que podría

considerarse decidor en una percepción particular del proceso de edificación, sus implicancias industriales y culturales.

Respecto a lo primero, el texto señalaba:

> Estamos en la primera faz de nuestro desarrollo y este se traduce en *construir*. Los beneficios de estos países agrícolas y mineros, donde la riqueza principal se extrae del suelo, donde las naves cargadas de materias primas llevan los elementos indispensables a las regiones manufactureras, estos beneficios se invierten en construcciones o en objetos de goce inmediato, para la obtención de ese estado de comodidad que es el que mayormente ambicionamos. Más tarde, sólo más tarde, podremos aprovechar las riquezas de nuestro suelo y conoceremos la gran fábrica, la metalurgia, la industria intensiva para abastecer nuestro consumo (H.S.A. 1930: 467).

Es evidente el ánimo de desarrollo material que alienta a estas palabras, pero exclusivamente vinculado a la construcción y a como las ganancias de un proceso de economía extractiva, debían ser invertidas en la edificación. Visión quizás a contrapelo del impulso industrializador del gobierno de Ibáñez, periodo donde se enmarca esta cita; ya que como se mencionó anteriormente, el proteccionismo económico tenía como fin el desarrollo de la industria nacional en áreas como los bienes de consumo, para evitar depender de la industria extranjera y generar plazas de trabajo para paliar la cesantía.

Si bien el auge de la construcción que fomenta la nota propone un sentido de desarrollo, la visión no deja de ser conservadora, al señalar la mantención de un modelo económico basado únicamente en la extracción de materias primas, lo que de manera precisa se intentaba revertir.

Al interior del libro, encontramos una cita aclaradora al respecto:

> El peso a un penique y el control de cambio nos han hecho industriales. El país produce artículos buenos, especialmente de construcción: cemento, fierro, piedra; por eso se van las casas antiguas y los ranchos que parecían hechos de barro, zunchos de catres y tarros de parafina (Edwards, 1973: 35).

A pesar de la renovación advertida, son muchas más las referencias a la arquitectura neoclásica como representante del Santiago que se quiere expresar en la novela.

Las menciones se refieren a edificios representativos del centro, como el Teatro municipal (Claude Brunet des Baines, 1857), la Universidad Católica (1917, Emilio Jecquier, 1917), el Club Hípico (Josué Smith Solar, 1923) y el Club de la Unión (Alberto Cruz Montt, 1925), obras emblemáticas que, exceptuando al Teatro, ayudaron a configurar hacia principios del siglo XX, la imagen de un Santiago neoclásico, estertores del afrancesamiento de las clases dominantes, que alcanzó su *peak* en la celebración del Centenario de la República en 1910.

Pero los escenarios urbanos no son privativos al neoclásico, sino que como se había mencionado antes, corresponden a la atmósfera de la oligarquía chilena, por lo que al desplazar la trama narrativa al balneario de Viña del Mar, una vez que la ventura le devolviera la riqueza a Teresa Iturrigorriaga, los espacios siguen la dinámica de la vida aristocrática, incluyendo en sus referencias los salones de juego del por entonces recién inaugurado Casino de la ciudad costera.

Obra impulsada en el gobierno de Ibáñez, el Casino fue epicentro de vida social de la ciudad balneario, conformada por la tradicional elite santiaguina, y la savia nueva de los inmigrantes que hicieron fortuna en el puerto de Valparaíso. El relato denota esta situación en el encuentro al interior del Casino entre Teresa y una antigua compañera de colegio, quien menciona a una bella joven, a quien presenta como sigue: "-Es Gloria Brojna Castogellato –me dijo–. Ahora los apellidos de sociedad son raros y nuevos. La aristocracia colonial santiaguina decayó y es reemplazada rápidamente por estas personas más prácticas y más hermosas" (Edwards, 1973: 205).

Quizás se deba a eso el desencanto de Teresa al ingresar a los salones del Casino, donde su esperanza era la de encontrar el ambiente cinematográfico de los casinos de Europa, y sin embargo, se topa con la realidad de gente ordinaria, en una sala que la describe como sin alegría, tétrica, muy distante del imaginario cosmopolita construido por la pantalla grande.

Pero ante la falta de *glamour* reseñada por la protagonista de la novela, existe otro universo que complementa a los espacios propios de la oligarquía chilena, y que muchas veces refuerza o viene a suplir la búsqueda de un ideal de elegancia que se vuelve recurrente en el libro. Si el Casino de Viña aparecía ordinario a los ojos de Teresa, no lo son las constantes descripciones a objetos de lujo que portaban los personajes, o los perfumes Coty o Guerlain, refinadas casas francesas, que según Teresa se mezclaban en el ambiente generando una mezcla poco afortunada que asemejaba el olor de repollo con engrudo.

Cuando no son los espacios, son los objetos los que constituyen elegancia y refinamiento. En este universo objetual con que Edwards Bello también representa su época, las referencias modernas no son pocas y comparten ideal con la arquitectura del periodo. Como se había mencionado, la arquitectura que escenificaba la novela se trataba de los espacios recurrentes de

la oligarquía chilena, tanto en Santiago como en Viña del Mar, sin mayores alusiones a los procesos de cambio y recepción de la arquitectura moderna, que para la fecha de publicación de la novela estaban en franco apogeo en el centro de Santiago.

Quizás no se atienda a los procesos o ejemplos concretos, pero si a los conceptos e ideales que eran patrimonio común de la modernidad.

La representación de los objetos, modas y marcas, alude a las influencias del Art deco, el movimiento impulsado por las artes decorativas que se manifestó con fuerza en el periodo de entreguerras, y que se caracterizaba por la búsqueda de lo exótico, la verticalidad y la elegancia. Las revistas de arquitectura de la época, daban cuenta de este aire de renovación llamando de diversas maneras esta influencia: estilo moderno o paralelismo; todas las referencias, apuntaban a la novedad que rompía los cánones de los estilos históricos. Páginas y páginas de edificios nacionales y extranjeros se sucedían como ejemplos de esta búsqueda, donde palabras como verticalidad, rascacielos o modernidad, acompañaban a estas construcciones que rompían el horizonte santiaguino.

Esas referencias arquitectónicas de la época, ausentes en la novela, son rescatadas, sin embargo, en su esencia moderna, en el vínculo entre el ideal moderno de esbeltez que viene a significar el tan ansiado ideal de la elegancia, concepto que en el libro ocupa un papel fundamental en la representación de época, visto desde el personaje de una joven que buscaba sus referentes en la distinción de mujeres que respondían fielmente al patrón de belleza de los años treinta.

Es en ese periodo, cuando Teresa vuelve a tener poder adquisitivo, cuando comienzan a desatarse las ansias de consumo, pero de un consumo moderno, de objetos de última moda expuestos en vitrinas que primero ella mira embelesada, y luego adquiere.

Aquí el objeto, opera como un parámetro para definir la línea divisoria entre la riqueza y la pobreza, esta última expresada como la carencia de bienes suntuarios, ya que Teresa tenía dos vestidos, pero sin embargo la necesidad de mantener la impostura, le creaba el deseo de tener más y mejor. Varios son los pasajes que reflexionan sobre esto último, el más explícito cuando señala: "¡La pobreza! ¡Si yo tuviera un auto, si tuviera trajes!" (Edwards, 1973: 111).

En torno a los productos, ese mismo sucedáneo se va a manifestar a partir de la incipiente industria nacional de bienes de consumo, que para la protagonista todavía no alcanzaba un nivel de madurez que la hiciera digna competencia de los productos extranjeros.

> El aprendizaje de la industria no es fácil como parece: los cueros nacionales son curtidos con ácidos baratos, que hinchan los pies cuando toman forma de calzado; los puros de a cuarenta y sesenta, lo mismo que los licores fuertes, producen intoxicaciones fulgurantes; los polvos de talco sacan ronchas; el rimmel destruye las pestañas; los productos farmacéuticos aceleran la marcha a la Avenida de la Paz (Edwards, 1973: 35).

La publicidad salía a las calles y los nuevos productos se promocionaban lo mismo que las ideologías: "En las murallas había avisos y letreros: Perlan para los dientes; Viva Grove; Viva el nacismo; Viva el comunismo; Perlán es el mejor dentífrico…"

La vida de Teresa en la pobreza de la calle Romero continuaba, trazada más que por una carencia relativa de bienes, por la necesidad de volver a poseer los que se tuvieron y que significan la opulencia de una familia tradicional, incluso frente a la necesidad de empeñar los tesoros heredados, como ocurrió con la tazas de Sèvres con los retratos de Napoleón y Josefina, que se mantuvieron empeñados hasta que surgió la posibilidad de recuperarlas. Para el caso de la protagonista, el vestido es el nexo espacial entre un ambiente y otro. La bata crema para salir en el perímetro de la calle Romero, y el vestido un tanto ajado para la impostura del centro, pero también para salir o regresar a la calle Romero. Nuevamente la descontextualización del objeto, en este caso el que relaciona al sujeto con el espacio público, operando como elemento connotativo.

La señora Rubilar, uno de esos personajes que oscila entre la tradición aristocrática y la modernidad expresada en su rol de mujer liberal y sumamente elegante y a la moda, es representada como tal a partir de una serie de detalles que sumados unos a otros, caracterizan la elegancia del periodo, la de los trajes Chanel de suaves telas y vivos colores, pasando de un traje amarillo canario con pulsera de zafiros, a un pijama verde, todo esto sin perder su garbo.

La enigmática mujer, cumple con el papel de representar un ideal de elegancia propio de la época, que está refrendado en los catálogos de moda de las tiendas por departamentos que en los años treinta ya publicaban este tipo de material gráfico, siendo hoy un recurso válido para el estudio de las formas de consumo y promoción de los objetos de consumo.

Como se había mencionado, el espíritu moderno iba tras ideales como la esbeltez de la forma, la que tanto en la arquitectura como en el diseño, servía para marcar tendencia en las propuestas

gráficas que atendían al concepto de elegancia. Un capítulo de la novela lleva por título esta pregunta: ¿Qué es la elegancia?, y su búsqueda estaba marcada en gran medida por dos factores: el primero, la mediación del objeto de lujo ya tratada, y el segundo, el fenotipo que en ese momento señalaba la clase aristócrata:

> No puedo conseguir esa elegancia que ambicionaba, y esto proviene de que la verdadera elegancia consiste en ponerse cosas caras y nuevas. (…) La mujer del gran mundo debe ser, en primer lugar, una egoísta perfecta, y una indolente superficial, para poder dedicar tantas horas al peluquero, tantas al manicuro, tantas al dentista, a la moda y al baño (Edwards 1973: 82).

La pregunta que inquiere Teresa en la novela, parece ser contestada por un catálogo de modas del mismo año 1935, que señala:

> Línea, feminidad: solo de estos dos factores depende estrictamente la elegancia de la mujer moderna. Esto es: ni la curva opulenta y desbordada, que altera la pureza de la silueta, ni la angulosidad masculina y desgarbada que quita a la mujer el atractivo de su belleza esencial.

Hay un fenotipo de la elegancia, que viene aparejado a la clase social. Es el que delata la Señora Rubilar en las niñas que no son aristócratas, y el mismo que se intenta corregir por medio de consejos de belleza en las revistas de moda, donde aquello que no calza con el ideal, es tajantemente declarado como defecto: "¿Se ha fijado en sus pescuezos, en sus tobillos? Es difícil hacer una dama de mundo cuando no hay esqueleto" (Edwards, 1973: 105). Es la sentencia de la señora Rubilar sobre la condición física de las niñas que acogía como sus pupilas, recogidas de entornos vulnerables.

El mismo catálogo citado, cuyo nombre es "Mundo Elegante", entrega cuatro consejos de belleza para cada tipo de mujer descrito, que no cumpla con el ideal de la línea y la feminidad. El primer tipo caracterizado, es la mujer de "tipo bajo, patizambo y con cuello corto", y los consejos son: "El escote del vestido, muy abierto, disimula la cortedad del cuello; la cintura del traje sastre alta y la pollera ajustada y larga, disimulan los demás *defectos* y aproximan a este tipo de mujer, al ideal" (Destacado en cursiva del autor). El catálogo describe en este caso como defectos, el tipo característico de muchas mujeres chilenas, de las cuales solo escapaban a esta descripción, aquellas que eran naturalmente portadoras del patrón de elegancia, y además podían complementarla con objetos.

En un principio de la novela, Teresa tenía la tradición, pero no el poder adquisitivo; luego tuvo ambos. En la búsqueda de ese ideal de elegancia, lo tenía todo.

4. Conclusiones

El texto no pretende descubrir la relevancia que tiene la pluma de Joaquín Edwards Bello en la representación de época del Chile que le tocó vivir, y específicamente a la "Chica del Crillón" como un documento representativo de la sociedad chilena de los años treinta; tampoco trabajar sobre la base del lugar común de vincular la figura y obra de Edwards Bello con ciertos exponentes de la literatura francesa, como Balzac o Flaubert.

Lo que se propone es una lectura analítica, que vincula espacios y objetos que configuran una nueva percepción de la ciudad, donde perviven ciertas tendencias arquitectónicas, y aparecen otras, que traen aparejadas nuevas formas de consumo. Nuevos productos exhibidos en nuevos locales, nuevas formas de iluminar que implicaban preocupaciones inéditas para la arquitectura. Vida cotidiana que desde la novela deslinda con la crónica, que permite contrastar con el archivo arquitectónico y objetual, para complementar la visión de la sociedad que representa el autor mediante su novela.

En cuanto al concepto de representación de mundo, trabajado por el historiador de la cultura Roger Chartier (2002), la obra literaria de Joaquín Edwards Bello, como se ha recalcado, es un fiel exponente del sistema social, urbano y objetual de la época de su publicación, a mediados de la década del treinta del siglo XX.

Su condición de cronista de aguda pluma, sumada a su pertenencia a la clase alta que describe e ironiza, convierte a la novela en un documento de época inserto en toda la complejidad que suponen los años treinta en Chile: los efectos de la crisis económica mundial, la diáspora de la clase alta hacia el oriente de Santiago, los cambios urbanos en el centro de la ciudad, la aparición de productos, la publicidad y las nuevas formas de consumo.

Esta riqueza descriptiva, permite una lectura amplia de los fenómenos sociales y urbanos del periodo, que son transversales a la trama narrativa, y permiten compararlos con otros documentos, en la finalidad de enriquecer el estudio de la historia cultural. La recepción del Art deco y el desplazamiento del neoclásico, la desconfianza en la nueva clase política por parte de la aristocracia chilena, el desarrollo y percepción de la industria nacional y sus productos de consumo, conforman una red discursiva y material que desde la novela se abren a otras dimensiones de la comprensión, a partir de la adición de nuevos documentos que integran el estudio.

Desde ese punto de vista, se puede concluir que se trata de una novela más objetual que espacial, mirada desde el punto de vista de la introducción de la modernidad cultural y sus manifestaciones materiales. Queda manifiesto el cabal conocimiento que Edwards Bello tenía no solo de las costumbres, sino que también de los productos de la época, sus contextos de uso y sus connotaciones sociales.

Los espacios descritos se transforman en el escenario donde desfilan los objetos, recurso que es utilizado como parámetro para medir la riqueza o la pobreza de quien los posee o los carece.

El centro de Santiago se ha modificado desde los años treinta hasta hoy; la calle Ahumada se ha convertid en el principal paseo peatonal de la capital, el comercio, al igual que la clase alta en su momento, se ha desplazado hacia el oriente y se ha concentrado en centros comerciales que reciben a miles de visitantes que debido al crédito fácil, pueden acceder a los productos ofrecidos por el mercado.

5. Bibliografía

Aguirre, M. (2011). *La Arquitectura Moderna en Chile (1907-1942): revistas de arquitectura y estrategia gremial.* Santiago: Editorial Universitaria.

Cáceres, G. (1996). "Karl H. Brünner en Santiago" en Parrochia, J., *Premio 1996, Seis planes para Santiago*. Santiago: Arquitaller, pp. 32-34.

Chartier, R. (2002). *El mundo como representación: estudios sobre historia cultural.* Barcelona: Gedisa.

De Ramón, A. (2007). *Santiago de Chile: Historia de una sociedad urbana.* Santiago: Catalonia.

Edwards, J. (1973). *La Chica del Crillón.* Santiago: Nascimento.

H. S. A. (1930). "Construir" en *Arquitectura y Arte decorativo*, n° 11, p. 467.

Laborde, M. (2002). "La estrella del Crillón" en *El Mercurio.* 1 de diciembre, C 8.

Loyola, H. (1967). "La Chica del Crillón" en *El Siglo.* 2 de abril de 1967, p. 14.

S. A. (1929). "Fachadas de almacenes e instalaciones comerciales" en *Arquitectura y Arte decorativo*, n° 8, p. 323.

S. A. (1935). *Mundo elegante: la hora de aperitivo en el Zangrande*. Santiago: Imprenta el Comercio.

DENTRO/FUERA DE LA CIUDAD. TECNOLOGÍAS CREATIVAS, COMUNICACIÓN Y EXPRESIÓN DE SUBJETIVIDADES DE GÉNERO EN EL CONTEXTO DE LA CÁRCEL

Virginia Villaplana Ruiz
Universidad de Murcia

1. Tecnologías Creativas, Comunicación Social y Expresión de subjetividades de género en el contexto de la cárcel. Diálogos narrados en Diarios de Sueños Intermitentes. Virginia Villaplana

25 de agosto, 2009 un día antes de la expulsión de Rudy desde España a Venezuela. Jeny, Humberto, Amparo y Rudy en diálogo.

Metodología; entrevista en profundidad. Documento de filmación.

Lugar y fecha: Centro de Inserción Social Penitenciario, León 25/08/09-08/02/2010.

1.2. Primera Parte

> Los colegios, las escuelas y los institutos tienen su disciplina, que puede parecer igualmente severa y despiadada a los seres de naturaleza sensible. A ello respondemos que el colegio no está hecho por los niños: está hecho para ellos (*El niño criminal*, Texto radiofónico, Jean Genet, 1949).

Jeny habla informal sobre los comentarios que los funcionarios les hacen por su condición de transexuales, mientras ríen: Chuli te buscan, Chuli te busca la policía, Chuli ¿Ya recogiste todo? ¿Ya lo ordenaste todo? Y por supuesto también algún funcionario nos hace este marcado, de otras cositas. Ya tú sabes.

Humberto: Afortunadamente. Rudy ya se va. Ella va a salir de aquí. Lleva exactamente tres años y ocho meses en la cárcel. Rudy va a regresar a Venezuela.

Rudy: ¡ Ay sí. Yo ya voy a salir! Y a Jeny y Humberto les queda poco.

Jeny: Y yo quiero no quiero volver a Venezuela… Pero para allá voy yo también.

Humberto: Al fin y al cabo vamos a tener que regresar. Tenemos que pensar, porque nos van a regresar.

Hablan de la ley de deportación al país de origen para la anulación de la mitad de la condenas. Si firman aquí en España que por voluntad propia quieren regresar a su país de origen quedan en libertad en el lugar de procedencia. Las deportaciones legalizadas a Latinoamérica se gestionan por vuelos aéreos regulares.

Humberto: Si firmamos, es una forma de salir de esta situación completamente. Y no tener que estar ni siquiera presentándose, ni firmando, ni nada. Si no que cada uno regresa a su país, y recupera su libertad y su vida normal.

Jeny: (…) Por que esto cansa, cansa, cansa… Es una rutina diaria. ¿Sabes lo que cansa? Cansa la rutina diaria. Todos los días lo mismo, subir, dormir y bajar, dormir, bajar y subir en este mismo espacio. Paso a veces el tiempo durmiendo, y en la calle cuando tenemos un permiso me aburro, salimos en un horario de niños. Los permisos se dan en el horario de 10 a 1, y volver aquí y de 6 a 8 ¿Y qué te queda? Mirar la televisión y mirar por la ventana. Por lo menos miramos hacia la calle y podemos estar disfrutando de lo que piensas.

Rudy: Lo bueno de este lugar Centro de Inserción Social penitenciario es que está en la ciudad y podemos ver gente

pasear, los coches que pasan por las calles. Y el movimiento de gentes. Cuando estábamos en la Cárcel de Masilla de Las Mulas en León tú ya sabes… ¿Qué veíamos? Paredes y muros. Entonces, cuando ya tienes el tercer grado dentro de lo que es la prisión… Esto es un mundo diferente en el Centro de Inserción Social penitenciario, a lo que es la Cárcel de Masilla de Las Mulas. Yo con toda seguridad puedo decir, que dentro de todo lo malo, a nosotras no nos ha ido nada mal. Nosotras al pasar un año en la Cárcel de Masilla de Las Mulas tuvimos la oportunidad de venir Centro de Inserción Social penitenciario, para hacer un curso de cocina. Donde nadie apostaba por nosotras. Todo el mundo pensó que íbamos a meter la pata.

Jeny: No apostaban por nosotras. Pensaban que íbamos a ser las primeras que meteríamos la pata y regresaríamos a la Cárcel de Masilla de Las Mulas de nuevo.

Amparo: ¿Y por qué?

Rudy: Por el hecho de ser transexuales latinas. Pensaron que nosotras íbamos a estar brincando, haciendo cosas que no debíamos y ese tipo de historias.

Jeny: Por eso de lo que somos como transexuales en la cárcel nos juzgan a una, sin conocer a la persona. O la cultura, o que se yo la manera de pensar que tiene cada una. Porque todas pensamos diferente y por eso te explico que no apostaban por nosotras.

Rudy: Sí. Te cuento. Éramos veinte personas que bajamos para el curso de cocina, de las cuales solo acabamos cinco personas solamente.

Jeny: Exacto. Andrés, Rudy, César, Laudelina y yo. Cinco personas nada más de las veinte personas. Del resto a todos los fueron subiendo otra vez a la Cárcel de Masilla a los veinte días, a los quince días. Unos corrieron con la suerte de irse expulsados a su país. Como el caso de Hugo, un hombre argentino que bajó con nosotras al curso de cocina con la libertad condicional y ya lo enviaron a su país. Y Aurora que la trasladaron a la prisión de Asturias. Pero el resto de la gente del curso volvió a la prisión y a ninguno más tarde les han vuelto a dar la oportunidad de traerlos al Centro de Inserción Social penitenciario.

Amparo: ¿Y vosotras aquí estáis haciendo algún trabajo en el Centro de Inserción Social penitenciario?

Jeny: … ¡Y luchando y llevándolo!

Rudy: Después de tanto tiempo, bueno, Jeny ha tenido más suerte que yo en el tema laboral. En la cárcel, la coordinadora del módulo de respeto allí bien o mal tenía un sueldo, la animaron con un trabajo. En cambio, en el tiempo que yo estuve dentro no corrí con esa suerte. Luego, vinimos aquí al Centro de Inserción Social penitenciario y estuvimos trabajando en la cocina y compartíamos un sueldo para las dos.

Amparo: ¿Cómo?

Humberto: Jeny era la encargada de la cocina en el *office* y le pagaban un sueldo que compartía con Rudy.

Jeny: La mitad de mi sueldo era para Rudy.

Amparo: Eso no lo hace cualquiera.

Rudy: Bueno, luego lo hemos hecho esto compartiéndolo con Humberto. Luego, después de un año trabajando aprobaron una orden para dar un destino de lavandería después de haber estado trabajando casi un año, sin tener nada de remuneración. Y actualmente he recibido tres sueldos desde que me dieron el trabajo en la lavandería. Claro que dentro de todo, no me importaba tanto el sueldo, si no que ese trabajo aquí dentro es mi refugio. Alejada de todo. Yo nunca estoy en salas, yo nunca estoy el comedor o en el patio. Siempre estoy en la lavandería desde las nueve de la mañana hasta las dos y media o las tres de la tarde, depende de qué guardia esté en el turno de funcionarios. Subimos a la celda a descansar, y bajamos a las seis. Cuando tengo dinero para salir y conectarme a Internet, salgo del Centro de Inserción Social penitenciario un rato, pues salgo y voy al locutorio. Y si no hay dinero, pues me quedo igual en la lavandería hasta las ocho y media de la noche.

Amparo: ¿Y por la tardes qué haces en la lavandería?

Rudy: Esta lavandería está hecha para el servicio de pocas personas. Porque nadie pensó que el Centro de Inserción Social penitenciario se iba a llenar de tanta gente. Por que anteriormente había 30 personas máximo pero en estos momentos estamos "full" ¿Entiendes? Y los días de lavanderías estamos llenos, hay entorno a 100 personas.

Jeny: Imagínate, las máquinas lavadoras tienen poca capacidad, tienen una carga de ocho kilos.

Rudy: No son lavadoras industriales, son lavadoras normales como la que tienes en tu casa. Solo hay dos lavadoras y dos secadoras de las cuales una no funciona. Entonces el trabajo se retrasa mucho más.

Amparo: ¿Cuántas lavadoras se pueden poner aquí?

Rudy: Alrededor de diez o quince al día. Depende de la ropa que haya.

Jeny: Las pobres lavadoras no paran. Incluso se hace el recuento por la noche y las lavadoras quedan funcionando. Las lavadoras no descansan, se sigue lavando y secando ropa durante todo el día.

Amparo: Y ahora que vosotras saldréis de aquí, ¿quien va a hacer este trabajo?

Rudy: Ahora queda Humberto como responsable de la lavandería, y mientras esté aquí Jeny, queda con su sueldo completo en la cocina. Que tampoco son sueldos como los sueldos del otro mundo, pero para nosotras aquí que somos las extranjeras, las que no tenemos familia o arraigo.

Humberto: Y ya es algo, de manera que te consigues más adelante otra cosa y te dejen trabajar fuera, pues la cosa cambia.

Amparo: Claro. Luego, si os parece, cuando pasemos a grabar a la lavandería, seguimos con este tema. Pero ahora se me ocurre que para los extranjeros y las extranjeras es más importante tener un curro dentro de del Centro de Inserción Social penitenciario que fuera porque fuera es mucho más complicado cuando estás en tercer grado que para el resto de personas.

Rudy: Dentro sí es más fácil.

Jeny: Totalmente, es mucho más difícil buscar un empleo en la calle.

Rudy: Nuestra idea cuando llegamos aquí con el curso de cocina, nuestra intención era acabar el curso y luego buscar un empleo en una peluquería. Porque nosotras somos peluqueras. Pero no pudimos porque no tenemos documentación, y estamos en el artículo 100 y por tanto no nos permitían trabajar.

Humberto: Aunque ese no es tanto el problema a veces, porque en Extranjería no suelen dar los permisos porque quien tramita el permiso es el Director de la junta penitenciaria y en la carta que envía ya pone en el escrito si a uno se lo dan o no. Tienen que tomar la decisión los funcionarios de la cárcel y la junta penitenciaria.

Amparo: ¿Si?

Jeny: Pero de esos permisos. De mil solicitudes solo se acepta uno. Por el hecho de ser extranjera que imposible, por que en el caso de los españoles se le da el permiso para trabajar y sin embargo tienen el artículo 6.

Amparo: Claro. Fíjate que yo creo que la propia ley es la que genera el mal rollo en la cárcel entre extranjeros y españoles con este tema de acceso a los permisos. La manera en la que está hecha la ley genera el mal rollo entre la gente de España y de otros países porque de un lado, hay esta discriminación a la hora de encontrar trabajo para insertarse socialmente, y de otro hay los malos rollos con la reducciones de condena que suponen las expulsiones.

Rudy: Sí.

Jeny: Sí.

Amparo: Me acuerdo el otro día que lo comentaba con Hans. Son dos leyes que se juntan. La ley de extranjería y la ley penitenciaria entonces hay un conflicto en el que los extranjeros y extranjeras pueden salir beneficiados y eso puede funcionar en algunos casos, siempre que se tenga en cuenta que a esa personas extranjeras extracomunitarias no se les va a permitir entrar de nuevo a Europa hasta que pasen 10 años. Es una forma de expulsión legalizada en este país, a costa de la reducción de la condena. Y eso, para aquel que quiera, parece ser una salida. Pero por otra parte, son las propias leyes las que genera las diferencias entre las personas en la cárcel.

Rudy: Las leyes van poniendo obstáculos a las personas. No a todos pero sí a la mayoría.

Rudy y Jeny: Aunque no me puedo quejar. Dentro de la cárcel hemos conocido a gente espectacular. Gente de verdad con muy buen corazón y que nos ha entendido. Claro que como os dije anteriormente nosotras hemos tratado de vivir en nuestro mundo. Hemos tratado de no integrarnos completamente en la vida penitenciaria. Si no llevar nuestro mundo, seguir nuestro camino.

Humberto: En vez de estar *comiendo patio*, decidimos ocupar el tiempo y llevar las cosas hacia delante positivamente entre las tres.

Jeny: Queríamos ocupar el tiempo en hacer cosas.

Amparo: De hecho, vosotras fuisteis de las primeras personas que vinieron al museo, y eso es muy significativo.

Jeny, Humberto y Rudy: Sí pero estábamos abiertas.

Amparo: Por que cuando alguien os habla del museo, no sabéis en principio qué es lo que vamos a hacer hasta que no llegáis allí

y nos encontramos. Cuando desde el museo, donde yo estoy en el departamento educativo, pido a la penitenciaria si hay gente que se apunte para una actividad. En principio no vais porque os interese, si no por que tenéis una actitud y decidís ir y de participar. Y luego ya, si te interesa o no, os quedáis. Estamos hablando de ocupar el tiempo.

Jeny: Sí, intentar ocupar el tiempo en cosas para que se le vaya la mente. Sin estar sentada aquí porque si una se queda en lo que hay atrás, te comes la cabeza y solo le das vueltas y vueltas a la situación.

Humberto: Y porque puedes entrar en una depresión o algo así que te haga siempre sentir mal, y ese es el tema. Hemos evadido mucho eso. Hemos tenido mucha fuerza de voluntad, a pesar de que sabemos las cosas se pueden vivir de una forma horrorosa. Estuvimos como muy preparados para eso. Y como todos claro que tuvimos nuestras tristezas, sentimientos por la familia y las personas que dejamos en nuestro país. Eso suele pasar a todos como a todos. Pero siempre intentamos subirnos.

Jeny: Sí, intentar mantener la autoestima arriba, muy arriba. Porque dejas caer eso, caes en una depresión, te enfermas. Allí hay drogas y allí hay problemas, tantas cosas.

Amparo: Claro. Hay quien me decía que dentro de prisión hay que cuidarse mucho y mucho más el poder tener una depresión. Porque allí dentro fácilmente se te puede ir de las manos.

Jeny, Humberto, Rudy: ¡Sí, por eso!

Rudy: Sí, porque es un mundo donde todo se maximiza. Y es un mundo muy pequeño donde los problemas son muy grandes. Hasta el más mínimo problema se te hace grande y la situación te supera. Y si no tienes fuerza de voluntad para superar eso te vienes abajo. Te vienes abajo y te destruyes porque no destruyes a los demás, te destruyes tu sola.

Jeny, Humberto, Rudy: ¡Claro!

Rudy: Aunque nosotras estamos aquí cumpliendo una condena y nuestra familia la paga con nosotras, a pesar de que ellos están fuera. Nuestras familias saben que estamos cumpliendo condena en un país fuera del nuestro.

Jeny: Sufren más nuestras familias que nosotras.

Rudy: Nuestras familias saben que no tenemos nada, ni a nadie por eso sufren. Y nosotras sufrimos al pensar que ellos están allí sufriendo por nosotras. La familia sufre por el error que hemos cometido. Entonces, si no tienes el corazón duro y fuerte para superar ésto pues tanto tú como tu familia se derrumba.

Amparo: Bueno, pero aquí sentadas a esta mesa hay tres personas muy fuertes que sois vosotras.

Jeny, Humberto, Rudy: ¡Muy, muy fuerte! (Suspiros profundos de emoción).

Amparo: Yo me quedo loca con vuestra fortaleza.

Jeny, Humberto, Rudy: Sí.

Rudy: Sí. Pero lo que pasa es que por nuestra condición sexual hemos aprendido a superar desde muy pequeñas todo tipo de obstáculos. Porque aquí a pesar de que en cierta manera hay poca discriminación contra el mundo gay en nuestro país Venezuela es más evidente y más latente esa discriminación sexual. Aquí podemos salir a la calle y pasear de arriba a bajo, ir y venir y pasamos totalmente desapercibidas. Siempre hay alguien que nos mira pero pasamos totalmente desapercibidas.

Jeny: No como en Venezuela. Que allí por la calle y te señalan.

Rudy: Tú en Venezuela sales y te señalan sí. Por ejemplo, yo aquí puedo ir al Rastro de Madrid y puesto caminarlo de punta a punta (risas). De punta a punta sin el temor que la gente se va a reír de mí, va a murmurar, me va asustar o me va a decir obscenidades. Yo ir a un rasto en mi país es un suicidio.

Jeny, Humberto, Rudy: (Risas).

Jeny: Voy a contar una anécdota. Mira Humberto, ¿te acuerdas de este cuento en Venezuela? (Risas de complicidad entre Humberto y Jeny). Una vez en Venezuela, vivíamos en Guárico y fuimos Humberto y otras amigas a Barquisimeto, al rastro de San Juan, allí se le dice mercadillo. Fuimos al mercadillo de San Juan en la temporada de diciembre a comprar ropa. Y yo como soy la más tarada de todas llevaba el cabello cortico muy corto y me lo tinté de rojo fuerte. Desde la esquina donde nos dejó el taxi a cuando nos metimos en el rastro. ¡Muchacha! ¡Aquello fue impresionante! Lo único que faltó fue que nos lanzaran granadas de mano. Me decían: cabeza de fósforo, cerro prendido, nos corrieron a tomatazos y no pudimos comprar nada. Tuvimos por donde entramos salir. ¡Aquello fue horrible! ¡Fue horrible, horrible, horrible! Nunca se me va a olvidar que nos hincharon a tomatazos desde las casetas. Era un escándalo, parecía que estuviera caminando unas artistas por la calle de la gente que la cantidad de gente que se acercaba. Y la multitud nos gritaba y volteaba. ¡Aquello fue horrible. Fue horrible, horrible, horrible!

Fig. 1 – Retrato Jeny. Fuente: V. Villaplana, 2009

Fig. 2 – Retrato Judy. Fuente: V. Villaplana, 2009.

Fig. 3 – Retrato Humberto. Fuente: V. Villaplana, 2009

Amparo: ¡Que fuerte!

Jeny, Humberto, Rudy: En cambio, aquí tú pasas desapercibida. Bueno siempre hay alguien que te mira, pero no es tan fuerte. El cambio de allí de vida aquí nosotras sí que lo sentimos. Es diferente. Totalmente.

Rudy: Incluso en el Centro Comercial donde trabajábamos en Venezuela. Nosotras teníamos que ir con pantalones, camisa de cuello alto, tapadas, no muy maquilladas y sin tacones. Porque la dirección del Centro Comercial no nos lo permitía. Y de hecho, han hecho una lucha de presión tan fuerte contra los transexuales en Venezuela que hace poco que he llamado para mi casa, y me han contado que las peluquerías donde trabajan transexuales están cerradas. Las transexuales que trabajaban en el Centro Comercial han tenido que irse.

Jeny y Humberto: Cuando trabajamos en Venezuela hubo una ley que no la pusieron desde un principio pero que luego la aplicaron: Una transexual no podía ir de comprar al Centro Comercial, no la dejaban entrar o la desalojaban, así estuviera gastando dinero o no.

Amparo: ¿Y eso, cómo lo compagináis con vuestra vida cotidiana?

Jeny, Humberto, Rudy: Pues como te decimos. Nos hemos adaptado. Como se dice en nuestro país: Antiparabólico. Intentamos pasar de lo que dicen y de lo que gritan contra nosotras. Nos creamos una barrera y nos llevamos al mundo por delante. Porque lo que ocurre en ese tipo de situación lo que te están es provocando para que entres en su juego.

Rudy: Pero nosotras no entramos en su juego: ni llevarle la contraria, o contestar. Aunque hay días que soportas todo lo que te venga y hay otros que no lo aguantas. Porque a pesar de que tengamos una condición sexual digamos así diferente, que para mi no es nada diferente. Cada quien es libre de elegir con quien se acuesta y con quien no. ¿Me entiendes? Y el hecho de que yo me acueste con una persona de mi mismo sexo no quiero decir que no sea una persona inteligente, con derecho a trabajar, con derecho a formar una familia. Lo que cualquier persona normal. Que para mí, no es una cosa de persona normal porque yo no me considero una persona normal. Creo que es lo único que voy a extrañar de aquí, esa tranquilidad. Por eso os digo que tal vez en un futuro yo vuelva a España. Aunque lo cierto es que hasta el año 2019 no voy a volver a poder entrar en territorio español o de la Unión Europea, por que de eso depende mi orden de expulsión y la reducción de mi condena…

1.2. Segunda Parte

> En el arte, en la ciencia, en la literatura y en los diversos aspectos de la vida que se mantienen al margen de nuestra existencia cotidiana, somos propensas a investigar, a experimentar y a innovar. Así, tan grande es nuestra reverencia frente a la autoridad que un irracional temor surge entre la mayoría de las personas cuando se les sugiere que experimenten (Emma Golman, 1934).

Yo creo que en Venezuela no duraré mucho. Claro que quiero volver a Venezuela y estar con mi familia, trabajar y quiero operarme de mi cambio de sexo. Porque operarme es lo primero que tengo en mente… Espero regresar y establecerme aquí, en una vida fuera de todo ese mal rollo que hay en Venezuela contra la homosexualidad. Porque no me parece lógico que porque tengamos una condición sexual diferente entre comillas, tengamos que sufrir la discriminación de otras personas que no tienen moral para decirte a ti nada. Nadie tiene derecho a etiquetar a otra persona por nada.

Amparo: Creo que quien no tenga el planteamiento que has explicado de una forma tan clara aprendida desde lo básico, el derecho a la libertad, al respecto, al amor a una igualdad social poco puede responder. Es una cuestión básica y que está relacionada con la educación recibida.

Rudy: Desde niño lo que te han enseñado en la escuela es que el hombre tiene que ser hombre, y la mujer tiene que ser mujer. Eso es algo que se ve en como se enseña la cultura desde hace millones de años. A mi me gustaría que el mundo fuera diferente.

Amparo: Sí. Me acuerdo ahora ¿Os acordáis el día que proyectamos en el patio del Centro de Inserción Social penitenciario *Beautiful Boxer* (Ekachai Uekrongtham, 2004)?

Jeny, Humberto, Rudy: ¡Sí!

Rudy: Sí, esa película relata tal cual es la vida de un transexual. Por que es una lucha continua. Pero es que no solo el mundo transexual, el mundo gay o el mundo lésbico lucha por vivir, todo el mundo que se siente diferente lo hace de diferente manera, por la libertad. Eso es lo que la gente debería respetar. Que cada quien lucha por lo que desea dentro de una normativa porque hay leyes pero que bueno son leyes que nosotras no hemos respetado mucho.

Jeny, Humberto, Rudy: ¡Risas!

Rudy: También tiene que ver la situación política y económica de cada país y de cada familia. El por qué nos arriesgamos a tomar una decisión tan fuerte para saltarnos la ley, al transportar la droga en nuestros cuerpos. Porque nos arriesgamos a perder tanto tiempo de vida encerrados…

En este momento de la entrevista entra en el comedor el Director del Centro Penitenciario y la entrevista se detiene. Don Roberto entra para informar a Rudy sobre su expulsión durante los próximos cuatro días, sin determinar el momento

Amparo: (Dirigiéndose al Director del Centro Penitenciario) ¿Está preparado ya el avión para Rudy?

Director del Centro Penitenciario (Haciendo una broma jocosa sobre el tema): El avión está pinchado por lo que me temo que no sé si habrá posibilidad de vuelo. Pero bueno, vamos a esperar a mañana a ver.

Rudy: ¡Me da un sobresalto el corazón!

Director del Centro Penitenciario: ¡Venga, hasta luego! (sale del comedor y se cierra la puerta).

Jeny: (Bromeando) ¡Hasta luego! ¡Que lo pase usted bien! ¡Feliz Año!

Rudy: ¡Ay, nena no le digas eso! ¡A ver si no me voy mañana!

Jeny, Humberto, Rudy: ¡Risas!

Amparo: ¡Qué fuerte!

La tensión de la situación se calma durante unos momentos.

Amparo: Es importante que recordemos que hemos tenido que gestionar los permisos para grabar aquí dentro. Las instituciones las hacen las personas. Con Virginia Villaplana cuando estuvimos pensando sobre todo este proyecto y la forma de poner en contacto con Diario de Sueños Intermitentes, dos instituciones el museo y la cárcel estuvimos pensando en esa idea. Las instituciones las hacen las personas. Todo esto hubiera sido imposible sin esa idea. Incluso este Director bueno ¿No os parece? Se enrolla. Si estamos hoy aquí grabando y hemos podido hacer las proyecciones de cine de verano en el patio no es por nosotras, si no porque parecen que tienen un interés en la cultura. Y bueno, nos han dado los permisos para que el ciclo de cine siga en otoño e invierno. Fijaros lo difícil que sería que entre una institución penitenciaria y una institución museística esté existiendo una relación de colaboración, entre una prisión y un museo.

Rudy: Expulsión el 26 de agosto de 2009.

Jennifer: Expulsión el 16 de noviembre de agosto 2009.

Humberto Tovar: Libertad condicional el 24 de marzo de 2010.

(The end)

2. Bibliografía

Benhabib, S. (2002). *The Claims of Culture. Equality and Diversity in the Global Era*. Princeton/Woodstock: Princeton University Press

Bruzzi, S. (2003), *New documentary: a critical introduction.* London - New Cork: Routledge.

Ellsworth, E. (2005). *Posiciones en la enseñanza. Diferencia, pedagogía y el poder de la direccionalidad.* Madrid: Akal.

Felshin, N. (1995). *But Is It Art?: The Spirit of Art As Activism.* Seattle: Bay Press.

Foucault, M. (2003). *Le groupe d´information sur les prisions. Achives d´une lutte, 1970-1972.* Paris: editions de l´imec.

Genet, J. (2009). *El niño criminal*. Madrid: Errata naturae.

Goldman, E. (2008). *La palabra como arma*. Tenerife: La Malatesta.

Grznic, M. y Reitsamer, R. (eds.) (2008). *New Feminism. Worlds of Feminism, Queer and Networking Conditions*. Viena: Löcker.

Hall, S. (2007). *Esto significa esto. Esto significa aquello. Semiótica: guía de los signos y su significado.* Barcelona: Blume.

Haraway, D. (1991). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinvención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra, Madrid.

Hooks, B. (1994). *Teaching to Transgress. Education as the practice of freedom*. London: Routledge.

—. (2003). *Teaching Community. A pedagogy of hope*. New York: Routledge.

La Lleca (2008). *Cómo hacemos lo que hacemos*. México: La lleca.

Miller, T. y Yúdice, G. (2004). *Política Cultural*. Barcelona: Gedisa.

Mörsch, C. (ed.) (2009). *Between Critical Practice and Visitor Services. Results of a Research Project*. Documenta 12 Education vol. 2, Zurich: Institute for Art Education.

Rosenbach, U. (1997). "La vidéo comme outil d´emancipation" a *La vidéo entre art et communication,* Natalie Magnan (ed). Paris: ENSBA.

Rosler, M. (2007). *Imágenes Públicas. La función política de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.

Sherzer, D. (ed.) (2006). *Cinema, Colonialism, Postcolonialism: Perspectives from the French and Francophone World*. Austin: University of Texas Press.

VV.AA (2004). *Otras inapropiables. Feminismos desde las fronteras.* Madrid: Ed. Traficantes de Sueños.

VV.AA (2007). *Casco Issues X: The Great Method*. Utrecht: Casco Office of art.

VV.AA (2005). *The need to document*. Muttenz/Basel: Kunsthaus Baselland.

VV.AA (2001). *The Museum as Arena. Artists on Institutional Critique*, Christian Kravagna (ed.). Colonia: Kunsthaus Bregenz.

Villaplana, V. (ed.) (2005). *Cárcel de amor. Relatos culturales sobre la violencia de género*. Madrid: Museo Nacional Reina Sofía, Ministerio de Cultura.

—. (ed.) (2007). *Cine Infinito.* Valencia: Sala La Gallera/Generalitat Valenciana.

—. (2003). "Imagen, tecnología y cultura: el tiempo narrado" a *Trompe la Mémoire. Historia y Visualidad.* La Coruña: Fundación Seoane, Servicio de publicaciones.

Willats, S. (1998). *Changing Everything*. London: South London Art Gallery.

Russell, C. (1999). *Experimental Ethnography: The Work of Film in the Age of Video*. Durham [N.C.]: Duke University Press.

PLAZA ROOSEVELT, CENTRO DE SÃO PAULO: UN ENCUENTRO ENTRE TEATRO, CIUDAD Y PRÁCTICAS CULTURALES CONTEMPORÁNEAS

Kelly Yamashita
Miguel A. Buzzar
Universidad de São Paulo

1. Introducción

Por cerca de tres décadas la Plaza Roosevelt (fig. 1), ubicada en la región central de São Paulo, fue blanco de un conjunto significativo de diagnósticos, proyectos, entre otras medidas, que buscaban "resolver" los problemas urbanos a ella asociados. Se verifica un sentimiento de "rechazo" por parte de los habitantes, desde su inauguración en la década de 1970, cuya explicación siempre fue atribuida a su no correspondencia con la concepción tradicional de plaza pública o aún al hecho de su implantación haber sido mero resultado de una articulación de la estructura vial local conformada por la línea urbanística llamada "rodoviarismo"[1]. Se sumaba a esto, una especie de reafirmación de su no-relación con la ciudad a través de distintas formas –desnivelación, calzadas exiguas, imposibilidad de acceso corriente o, de la misma forma, de travesía– y que hacían de ella no una plaza, y si un verdadero obstáculo urbano.

El rechazo asociado a la falta de manutención y a las dificultades de gestión condujo la plaza a un proceso de degradación de sus condiciones físicas resultando en una ocupación caracterizada, sobretodo, por habitantes de calle, por prostitución y por tráfico.

Fig. 1– Plaza Roosevelt. Fuente: (Autor desconocido). SP Urbanismo

El punto de partida de este trabajo es la verificación (a partir del año 2000) de una especie de "revitalización" (sin obras) de la Plaza Roosevelt, fomentada por la acción de diversos grupos de teatro localizados en su entorno. Se insinuaba el florecimiento de otro tipo de vitalidad en aquel territorio que se daba curiosamente sin "proyecto" –por lo menos en conjunto con lo que es comúnmente asociado a planes de intervención de renovación, los *grandes proyectos urbanos.*

En ese periodo era posible reconocer también cierto protagonismo de la Compañía de Teatro Os Satyros con respecto a la configuración del carácter teatral en aquella localidad. La visibilidad adquirida por el grupo debe ser destacada, pues estaría junto a este proceso de transformación de sentido de la plaza. De esa forma, aquí se pretende apuntar algunas relaciones posibles

[1] *Rodoviarismo* (en portugués). Modelo urbanístico que dialoga con la política automovilística" desarrollada en Brasil durante la década de los cincuentas. Al respecto de la movilidad como agente de construcción de la metrópolis paulistana, ver MEYER, R. M. P.; São Paulo Metrópole, 2004, p.74-78. En el caso de la ciudad de São Paulo, tal modelo urbanístico reitera el Plan de Avenidas propuesto por la administración de Prestes Maia (1938-1945).

entre la producción de Os Satyros y un conjunto de prácticas y concepciones teatrales cuyas problematizaciones se centran en cuestiones del universo urbano; cuya discusión también integra un importante segmento de la producción teatral brasilera –los llamados *teatros de grupo*.

Buscando articular el sentido crítico de las prácticas teatrales contemporáneas, las principales condicionantes implicadas para el desarrollo de las intervenciones (artísticas y urbanas) y los despliegues de sus acciones sobre la ciudad, este trabajo pretende analizar de que forma la ciudad "inquietaba" y "animaba" la producción teatral de Os Satyros, y análogamente, de que forma la producción *satyriana,* por así decir, "inquietaba" y "animaba" la ciudad.

2. Ciudad y teatro: La ciudad en el espacio de la representación escénica

Durante el régimen militar (1964-1985), los medios artísticos brasileros sufrieron duramente el peso de la represión, particularmente después de la promulgación del AI-5[2] en diciembre de 1968. Artistas vinculados a la actividad cultural del país fueron presos, exiliados y perseguidos. La producción cultural paso a ser vigilada por la censura. A pesar de las perturbaciones y disoluciones, algunas iniciativas de resistencia y enfrentamiento se hicieron presentes, incluso que pulverizadas por el territorio.

Pasadas dos décadas desde el golpe militar y con la abertura política en la década de los ochenta, a groso modo, se puede decir que hubo por parte del teatro cierta tentativa de retomada de las posiciones anteriores –de un teatro de cuño político– que también hacia frente con los movimientos populares y sindicales en ascensión[3].

Entretanto, al final de los años ochenta el contexto era otro. Después de la caída del muro de Berlín, en una situación de hegemonía del capitalismo, del neoliberalismo y de cierto descredito en el proyecto socialista, intelectuales y artistas que mantenían diálogos con las preocupaciones de otrora, fueron impelidos a buscar nuevas estrategias en respuesta a la provocación de la realidad que se configuraba.

Como tentativa de establecer otros canales de interlocución, parte de la producción teatral de la década de los noventa acabo por recuperar un conjunto de procedimientos de actuación que remontan la tradición del teatro político, y para este trabajo, interesan las estrategias de ocupación y uso de ciertos espacios "no oficialmente teatrales" de la ciudad.

A título de comprensión, cabe aquí una evasiva sobre el asunto. Sí hasta el inicio del siglo XX cierta objetividad (a través de un rigor arquitectónico) regia y organizaba los espacios escénicos donde las presentaciones teatrales acostumbraban suceder, las vanguardias formularon la importancia de abandonar el recinto teatral tradicional, así como los significados simbólicos y condicionamientos previos que lo acompañaban, respondiendo a la necesidad primera de llevar el teatro de encuentro al público[4].

Aquel tiempo, tal procedimiento de ruptura con el edificio teatral convencional tendría como telón de fondo las discusiones sobre el sentido del arte de una forma más amplia y desencadeno una serie de situaciones espaciales inéditas, trabajadas y tensionadas por las vanguardias históricas, el teatro de *agit-prop*[5] (periodo entre guerras mundiales), Bertolt Brecht y el teatro épico, los *happenings*[6] de la década de 1960 y las *performances*[7].

Este exilio del edificio teatral, tanto en el plano simbólico como en el político, se configuraban como negación a los "rituales"

[2] El Acto Institucional 5 (AI-5) promulgado en 1968 por el Ministro de Justicia Luis Antônio Gama e Silva que suspendió garantías constitucionales civiles y cerro durante un año el Congreso, las Asambleas legislativas y diferentes instancias representativas, dando poderes extraordinarios al Presidente de la República y definiendo, así, una política de línea dura del régimen militar.

[3] Ejemplo de ese escenario anterior y uno de los marcos iniciales seria *Eles não usam black-tie* (1958) de Gianfrancesco Guarnieri, escenificada en el Teatro de Arena. Era la primera vez en el teatro brasilero que el paro operario figuraba como centro de una pieza y el descompás con la forma dramática habría resultado en el surgimiento del género épico en Brasil, como una recepción de Bertolt Brecht, para quien el teatro épico venía a la par de las nuevas realidades populares y de las perspectivas de revolución.

[4] Como ejemplo de las configuraciones entre espacio arquitectónico y representación teatral se tiene como líneas generales cinco "tipologías" básicas de palco: Anfiteatro griego, palco múltiple medieval, palco triple isabelino, espacio renacentista de la tragedia y finalmente el palco italiano. Tales reformulaciones, espaciales vinculadas al desarrollo de la representación teatral a lo largo de la historia condicionaron también las relaciones escena y público.

[5] Según Patrice Pavis (2008, p. 379): "El teatro de agit-prop (del ruso *agitatsiya-propaganda*: agitación y propaganda) es una forma de animación teatral que pretende sensibilizar un público para una situación política o social. Surge después de la revolución rusa de 1917 y se desarrolló sobretodo en la URSS y en Alemania después de 1919 hasta 1932-1933. (…) es más radical en su voluntad de servir como instrumento político para una ideología (…) Esta ideología se sitúa nítidamente a la izquierda: crítica de la dominación burguesa, iniciación al marxismo, tentativa de promover una sociedad socialista o comunista".

[6] "Forma de actividad que no usa texto o programa prefijado (…). Se trata de proponer *in actu* una reflexión teórica sobre lo espectacular y la producción de sentido en los límites estrictos de un ambiente previamente definido. Se prolonga en la *performance*". Ibídem, p. 191

[7] "*Performance* o *performance art*, expresión que puede ser traducida por "teatro de las artes visuales" y que llega a la madurez en los años ochenta". Ibídem, p. 284.

burgueses y como fuga de las reglas dictadas por el edificio teatral a través de la búsqueda por otras localidades no especializadas[8].

Retomando el periodo en cuestión, a partir de la década de 1990, la producción teatral paso a tomar direcciones bastante sesgadas, lo que dificulta la definición de modalidades, marcos y matrices. Los parámetros que interesan recuperar son las expresiones de este teatro que fue para las calles como acto de "toma" de la ciudad en un claro posicionamiento que se funda como declaración de disputa sobre ella, o por lo menos se funda en la idea de cuestionamiento y comprensión del espacio urbano.

Las manifestaciones de lo que designaremos por ahora como "teatro callejero" toman prestado de las manifestaciones de calle, ciertos elementos formales y es justamente este lenguaje y el enfrentamiento con el ideario dominante que sitúan esta modalidad teatral en un lugar desprestigiado, inclusive en el universo del teatro (lo convenido como oficial)[9].

Los grupos pasaron a percibir que los conflictos sociales que ocupan las calles tendrían potencia para discutir a propia ciudad. Para algunos, el espacio escénico de este teatro seria el ámbito urbano resignificado. Las interferencias de los signos de la ciudad en la escenificación, por permitir la creación continua de significados ajenos al objeto inicial, asumieron en su dramaturgia la proposición de un "desorden" como interferencia en los flujos establecidos. De esto resulta una cuestión clave para el trabajo.

Estos flujos utilizados como objeto de intervención del teatro deformarían y construirían nuevos sentidos para la ciudad, aunque de forma provisoria y temporal, pues implicaría en la redefinición de relaciones entre ciudadanos y los espacios de la ciudad. A pesar de trabajadas de maneras distintas por la producción teatral, tales cuestiones proporcionan pistas para la comprensión de un fenómeno actual, pues sí un día el teatro callejero estuvo más aproximado de una experiencia de improvisos pautada por la relación actor-espectador, los contornos de ese "otro" teatro parecen desplazados para un plano en que primero se realiza una lectura de la ciudad para una intervención posterior.

Entonces, ¿se trata de otro teatro, otra forma de concebir y estructurar aquello que antes se llamaba genéricamente de teatro callejero?[10]

Para André Carreira (2007) la respuesta seria afirmativa: Cuando un grupo teatral se lanza a la aventura de la calle, crea un texto entretejido con la dinámica de la ciudad. Ampliando los términos del debate, propone inclusive otro nombre para esos procedimientos que él reconoce como siendo un "teatro de invasión" de la calle, cuyas "relaciones se estructuran como un ejercicio de lectura de la ciudad como dramaturgia". Una invasión (de investigación) de quien necesita comprenderla.

En este sentido, Evill Rebouças (2009) en *A dramaturgia no espaço não convencional*, analiza dos grupos de la escena teatral brasilera (Teatro da Vertigem e Cia Artehúmus de Teatro) que consolidan sus actividades en los años noventa, y que buscaron cuestionar el *establishment* artístico y lo urbano a través de experiencias que exploran la semántica existente en espacios no convencionales al teatro. Por ejemplo, la producción del teatro da Vertigem y sus escenificaciones en hospitales, en el Presidio del Hipódromo (extinto en 1994); y no apenas en ese grupo, como algunas producciones de José Celso Martinez Corrêa en fábricas y haciendas, y aún Silnei Siqueira en el antiguo edificio del DOPS[11] en São Paulo. O sea, un conjunto expresivo de artistas que buscaron cierta incorporación de la carga simbólico-histórica de esos espacios (arquitecturas) para construir su dramaturgia, atribuyéndoles un nuevo significado. Esto porque el rompimiento con el espacio del teatro convencional en dirección a la ciudad, acaba por significar también el rompimiento con los patrones de ese teatro, una vez que tal procedimiento promueve interferencias de la investigación de campo en la elaboración teatral. Sobre este proceso en *Apocalipse 1.11* (teatro da Vertigem):

[8] Según Lidia Kosovski (2005, p. 11): "La idea de un autoexilio del espacio privado significaría una tentativa de aproximación del arte con la vida (aún que de forma cuestionadora de la vida cotidiana), de modo que aunque con sede en la realidad, en la ciudad, los artistas tendrían como instrumento último de su trabajo, el propio cuerpo – los 'exiliados' voluntarios del teatro".

[9] "Teatro callejero, como lo que se produce en lugares exteriores a las construcciones tradicionales: calle, plaza, mercado, metro, universidad, etc. La voluntad de dejar el cinturón teatral corresponde a un deseo de ir al encuentro de un público que generalmente no va al espectáculo, de tener una acción sociopolítica directa, de aliar animación cultural y manifestación social, de insertarse en la ciudad entre provocación y convivencia. Durante mucho tiempo, el teatro callejero se confundió con el teatro de *agit-prop* (década de 1920). Pero a partir de los años sesenta asumió una postura, aunque comprometida, lo era bien menos". Ver Pavis, op. cit., p. 385.

[10] En efecto, tradicionalmente el teatro callejero aparece como un modo de escenificación relacionado a la voluntad de abandono del recinto teatral privado. Lo que se sabe es que al final de la Edad Media una vertiente de realizadores del teatro religioso (autos sacramentales de los rituales litúrgicos), una vez impedida de representar en los templos, opto por utilizar otros espacios de la ciudad. Por ejemplo, en Portugal, conforme sus asuntos se tornaban más "profanos", las presentaciones emigraban para los Patios de Comedia; en España para los *Corrales*, en Francia para los *Jeux de Paume* (canchas de tenis), y así por delante.

[11] Departamento de Orden Política e Social, creado en 1924, fue el órgano del gobierno usado hasta un poco después de la dictadura militar, encargado de vigilar, controlar y reprimir movimientos sociales y políticos contrarios al régimen en el poder.

> Al tratar de cuestiones relacionadas al final de los tiempos, el equipo de creación de Apocalipse 1.11, recorre varios ambientes donde transitan personas y situaciones que pudiesen dialogar con el tema del espectáculo, pues la intención del grupo es investigar aquello que es considerado como un universo marginal, fuera del patrón o del orden. En ese contexto, los actores presencian situaciones inusitadas en el Instituto Médico Legal, en una jefatura de policía, en una terminal de transportes, en "cracolandia", en saunas y calles donde se concentra la prostitución paulistana, experiencias que cimentan el trabajo de interpretación y la dramaturgia (Rebouças, 2009: 35).

En otras palabras, para integrar el espectro de lo que estamos llamando de teatro callejero y acción teatral no necesita realizar una ocupación literal de la calle. En este caso, la representatividad de la "calle", como espacio de la vida cotidiana, sería la propia ciudad, o mejor, los espacios donde se darían los encuentros y experiencias que contribuirían para la resignificación de los elementos urbanos más allá de la representación de su autoimagen.

De esta experiencia común colocada en perspectiva, posibilitada por la investigación de campo, invenciones y desvíos artísticos y, sobretodo, intervención sobre la vida, resultaría la lógica primordial de la idea de un teatro elaborado en "grupo".

Muchos de los grupos de teatro pasaron, por tanto, a dedicarse a las actividades de investigación. El tiempo consumido en un montaje en esos moldes, por ser mayor de lo que uno realizada a partir de un texto existente, informa cierto desplazamiento de los esfuerzos. Del producto, pasarían a concentrase en el proceso[12]. Kil Abreu (2008) en *Experimentação e realidade: grupos e modos de criação teatral no Brasil* va más allá:

> (…) es posible que nosotros nos preguntemos: ¿Qué es dramaturgia? Eso porque el dramaturgo, sacado de su gabinete y puesto en la sala de ensayo, en contacto directo con los actores y alimentando su escritura con los improvisos y con los relatos verbales y físicos de ellos, será obligado a pensar en la dramaturgia en su relación indispensable con el acontecimiento escénico. Dramaturgia pasa a ser, entonces, no solo el texto escrito y finalizado, es el propio proceso de apropiación de las impresiones que llevaran a la escritura final, (…) Ahora, eso redefine no solo el *status* de lo que sea el texto – ahora mucho más empeñado en el universo espectacular – como también inventa la posibilidad de nuevos formatos dramatúrgicos, no inscritos en la tradición (Abreu, 2008: 93).

Sobre este cuerpo a cuerpo con la ciudad, es importante destacar algunas variaciones posibles. Para algunos grupos la adopción de un lugar como sede de sus actividades, también representaría este campo en que se manifiesta la ciudad. Aún que en los años noventa, en la mayor parte de los casos la formación de los grupos estuviese atada a cuestiones económicas, y la sede para muchos no pasase de un lugar de ensayos y encuentros, en general, la fijación en un territorio también ofrece posibilidades de ahondamiento de la investigación en virtud de las correspondencias, identificaciones o, igualmente, embates con la localidad adoptada.

Y bajo este sesgo que la Cía. de Teatro os Satyros y la instalación de su sede en la plaza Roosevelt serán analizadas.

3. Prácticas teatrales *Satyrianas*

Fundada por Ivam Cabral y Rodolfo García Vazquez en 1989, la Cía de Teatro Os Satyros surgió como contraposición a las corrientes teatrales brasileras de aquel periodo a través de la proposición de un teatro de rescate de lo dionisiaco. A su ver, de la exploración del carácter sensorial y corporal, en un momento donde la producción se ocupaba de las cuestiones formales y del esmero técnico –Antunes Filho y Gerald Thomas[13].

> (…) el teatro que se producía en aquel momento era demasiado formal, demasiado aburrido, Me recuerda que nosotros hablábamos mucho sobre eso, y el teatro que queríamos era menos formal, más visceral. Queríamos quebrar con la relación palco/platea con el palco italiano. Deseábamos una relación más intensa con el teatro, pretendíamos investigar nuevos lenguajes, queríamos trabajar en lugares que no eran teatros. Queríamos la provocación, trabajar con autores y textos no convencionales. Queríamos un nombre que sintetizase eso, que pudiese identificar toda esa insatisfacción. Leíamos mucho. El nacimiento de la tragedia, de Nietzsche, y nosotros reflexionábamos mucho sobre la cuestión de lo apolíneo y lo dionisiaco en la escena teatral de aquel periodo (Ivam Cabral en entrevista a Alberto Guzik, 2006: 59 et. seq.).

A pesar de haber sido fundada en la ciudad de São Paulo, la compañía también estuvo establecida en Curitiba y Lisboa durante varios años. Los encaminamientos del grupo hasta el retorno a São Paulo, al final de la década de los noventa, son

[12] Procedimientos de creación compartidos, colaborativos, y colectivos, Diversos términos para intentar explicar el proceso de trabajo de un teatro de grupo. Este avance crítico que permite localizar el esfuerzo sobre la investigación (el proceso) y no sobre el producto, y que en este sesgo podría representar en el caso brasilero una de las pocas alternativas, por no decir la única, al teatro comercial.

[13] La presencia mitológica de Dionisio no es la única que atraviesa el discurso del grupo. La propia escogencia del nombre Satyros refleja la afinidad con las alegorías que buscan enfatizar esta dimensión ritualista del teatro.

marcados por encuentros y experiencias que traen informaciones complementarias sobre la estética del grupo y sus relaciones con la ciudad. Más de lo que una relación afectiva con la capital paulistana, lo que lo configuraba era una relación de identidad con la ciudad. Según Vazquez (Guzik, 2006: 195) "São Paulo es la cara de los Satyros y, los Satyros son la cara de la ciudad".

> (…) No queríamos un espacio para presentar una pieza. Deseábamos de hecho un lugar para presentar un trabajo, un proyecto mayor, por lo tanto. Entonces nos quedamos un año y medio intentando identificar un lugar donde pudiéramos instalar Os Satyros en São Paulo. Y eso fue lento. Me instale en São Paulo. Rodolfo siguió trabajando en Europa, en Curitiba, dirigió un montón de cosas en Curitiba en ese tiempo. Y yo me quede en São Paulo intentando percibir cual era el de la ciudad (Ivam Cabral en entrevista a Alberto Guzik, 2006: 199).
>
> Era muy claro lo que queríamos. Nunca fuimos a buscar salas en Pinheiros, en Vila Mariana. Nuestro foco (…) era la calle Augusta, la plaza Roosevelt, la calle Aurora (…) Porque teníamos una fijación, que era encontrar en espacio en el centro de la ciudad (…) No era una cuestión financiera (…) (Ivam Cabral en entrevista a Alberto Guzik, 2006: 205 et. seq.).

Y es este el contexto en que el grupo habría encontrado la plaza Roosevelt. La inauguración del espacio de los Satyros en São Paulo se dio oficialmente en diciembre de 2000, y fue marcada por una serie de conflictos y desentendimientos. Primeramente por parte de la crítica, que aunque reconociese el trabajo del periodo curitibano, se recusaba a ir a la plaza Roosevelt para ver el espectáculo temiendo la presencia de la prostitución y del tráfico. Después por la resistencia de los propios ocupantes de la plaza que no se interesaban por un posible cambio de perfil de los frecuentadores de la región, proporcionado por la "agitación cultural" que se insinuaba. No obstante, poco a poco, los *Satyros* lograron establecer un canal de interlocución con los ocupantes y que fue determinante para la producción estética del grupo.

La pieza escogida para la inauguración –*Retábulo da Avareza, Luxuria e Morte*– basada en los textos teatrales, novelas, poemas y cuentos del escritor español Ramón Del Valle Inclán, se apoyaba en el concepto estético propuesto por el propio escritor, el "Esperpento", expresión sinónima a "feo" o "bizarro", objetivaba presentar la dura realidad a través de sus lentes deformadores.

La pieza se caracterizaba por un conjunto de distorsiones de los personajes, sea aumentándolos o disminuyéndolos, sea exacerbando sus manías y muecas, o aún, invirtiendo sus papeles por género. De esto resulto la figura de una prostituta *Pepona*, personaje interpretado por Ivam Cabral con voz y cuerpo de hombre.

Fig. 2 – (izquierda) *Pepona* interpretada por Ivam Cabral. Fuente: (Autor desconocido). Divulgación Terras de Cabral *Blog*. Disponible en: <http://terrasdecabral2.zip.net/arch2004-08-01_2004-08-07.html> Acceso en 10 junho de 2010

Fig. 3 – (derecha) *Phedra D. Córdoba*. Fuente: Renata Pineze. 11 de Noviembre de 2011

Pepona (fig. 2) representaba un elemento fundamental en los despliegues del trabajo del grupo. A través de este personaje, Phedra D. Córdoba (fig. 3), un travesti cubano septuagenario, ocupante de la plaza Roosevelt, se habría aproximado a la compañía. Según Ivam Cabral y Rodolfo García Vazquez fue por medio del reconocimiento de este lenguaje –"travestido de mujer"– que las primeras señales de una especie de identificación entre los Satyros y los ocupantes de la plaza comenzó a ocurrir. Una aproximación que hizo fortuna, pues la incorporación de esos ocupantes en los montajes del grupo pasó a caracterizarse como elemento fundamental de la práctica de la compañía, como acoplamiento de la acción teatral a su contexto urbano.

Este proceso de negociación en el territorio de la plaza Roosevelt, cuyo marco primordial sería este encuentro con sus ocupantes, será retomado en adelante juntamente con los despliegues de la acción teatral en la región hasta la actualidad.

Sin embargo, aún se hace necesario destacar dos instancias que marcaron, en nuestra opinión, el proceso de constitución de la compañía, cuya madurez solo habría sido alcanzada con la solidificación del trabajo en la ciudad de São Paulo, presentes también durante toda la trayectoria pre-Roosevelt.

La primera de ellas nos dice al respecto de las dificultades económicas atravesadas. Sus altos y bajos revelan las frágiles bases sobre las cuales los trabajos sucedían, pero la insistencia sobre el perfeccionamiento continuo de un lenguaje en desacuerdo con

el *establishment* artístico habría sido el principal elemento de esa aproximación *visceral* con la ciudad, por lo menos con la plaza Roosevelt, y para realinear las consideraciones iniciales de esta sección, como en el teatro callejero.

Además, el otro aspecto que trae luz sobre los principales enfrentamientos de este "otro" teatro *satyriano*, nos dice al respecto de su necesidad manifestada inclusive en el plano discursivo, de un lugar de trabajo. Para un teatro concebido a partir de la idea de grupo, la sede localizada en la Roosevelt habría permitido un enfrentamiento diario con la compleja realidad de la plaza. Es la forma con que su producción teatral pasaría a ser revisada con ese encuentro (entre el teatro y la ciudad) marca la inflexión en su recorrido. En la misma llave, el edificio escogido para ser sede de la compañía –la planta de un antiguo *Flat*– habría resultado en un conjunto de adaptaciones físicas, y otras necesidades estéticas, en una lógica distinta de los espacios teatrales convencionales.

El énfasis dado a los Satyros se articula, por lo tanto, con esa potencia estética dialógica enunciada a partir de su llegada a la Roosevelt, cuya repercusión fomentó además la aproximación de nuevos grupos. Actualmente en las inmediaciones de la Roosevelt existen el *Espaço do Satyro 1*, el *Espaço do Satyro 2*, el *Espaço dos Parlapatões*, el *Teatro do Ator*, el *Studio 184*, el *Miniteatro*, entre otros grupos de menor expresión más apartados en cuadras adyacentes; pero que en conjunto contribuyen para la conformación del carácter teatral de la plaza durante la década de 2000 –su resignificación, por decir así.

Más allá de los grupos se hace necesario destacar *As Satyrianas*. Se trata de un evento anual realizado por los Satyros y que totaliza 78 horas ininterrumpidas de actividades artísticas durante la primavera. Bajo la forma de un festival de artes, constutuyen la reunión del teatro al cine, fotografía, artes visuales, comics, circo, música, literatura y otras artes de calle congregando diversas presentaciones en los teatros del entorno, ocupando calzadas, calles y la propia plaza. Pretendiendo un mayor alcance de la población paulistana, desde 2007 las *Satyrianas* pasaron a ocurrir también en otros espacios y teatros de la ciudad, pero la Plaza Roosevelt siempre permaneció como palco central.

4. Ciudad y teatro: un encuentro en la plaza Roosevelt

Como se ha visto, la inserción estética de los Satyros en la escena teatral es indisociable de sus relaciones con la Roosevelt. Así, las articulaciones posibles del grupo vinculado al proceso de transformación urbana atravesado por la plaza deben ser vistas en conjunto.

La importancia de las acciones de los Satyros frente a las alteraciones espaciales en la plaza, parte del principio que la experiencia de la Roosevelt durante la década de 2000 habría mostrado que el grupo reconoció lo que normalmente es entendido como "desvío" (la existencia de prostitutas, travestis y habitantes de calle) una potencia para discutir la ciudad.

> Es conocida la importancia de los Satyros, de los Parlapatões y de otros grupos teatrales en el proceso de urbanización del entorno de la plaza Roosevelt. En los Satyros, siempre fue clara la idea de que el fenómeno teatral no se restringía apenas a lo que pasaba en la sala de espectáculo y, que la porosidad con todo el entorno geográfico donde el evento teatral ocurre era esencial para un teatro total. El hotel de prostitución de travestis que un día fuera nuestro espacio está siempre presente en nuestro imaginario investigativo, así como la calzada y toda la comunidad que hoy frecuenta la plaza. En fin, toda la dinámica urbanística de la Plaza Roosevelt se transformó en parte fundamental de la propia estética del grupo (Vázquez, 2010: 82).

En otras palabras, la adopción de este territorio no se restringió a las intenciones de representación del "drama" cotidiano, por el contrario, al fijarse en una localidad, el uso y el enfrentamiento diario con la realidad hicieron con que las contradicciones fuesen vistas y, a partir de ellas, nuevos sentidos fueran construidos.

A pesar de ser posible reconocer en algunas fallas del grupo la comparecencia del teatro cuasi como "instrumento" de transformación urbana, la Plaza Roosevelt, representó por algún tiempo una forma de disputa por acciones, o por lo menos exigía una mirada diferente sobre ella. En una región (el centro de la ciudad) en la cual una de sus localidades abriga un espectro cultural oficial como la Sala São Paulo, Estação da Luz, Pinacoteca do Estado, con la declarada intención de renovación urbana a través de la lógica cultural, el esfuerzo de permanencia de un grupo cuyo lenguaje no está situado en lo que Paulo Arantes llamo de "carnada perfumada" (para el mercado inmobiliario), podría representar una posibilidad de resistencia, por lo menos hasta aquel momento (Arantes, 2007: 175).

Esto porque, la dinámica espacial del entorno paso a configurar un importante elemento de abordaje para la definición de las acciones escénicas de los Satyros, una especie de entrelazamiento entre el teatro y la ciudad que había sido inaugurado con el montaje *Retábulo da Avareza, Luxúria e Morte*. En declaración al periódico Folha de São Paulo en 2005, Cabral y Vazquez relatan:

> (…) Cuando llegamos, era un espacio inhabitable, lleno de traficantes, prostitutas y travestis. Nosotros nos fuimos insertando en ese pueblo. No nos interesaba sacarlos de aquí, por el contrario, queríamos que participaran".

> Fue lo que sucedió. Una de las producciones actuales de Satyros es "Transex", cuyo elenco incluye dos transexuales. Además, la independencia en los lenguajes y temas y la perseverancia en la búsqueda permanente de apoyo para arriendo y manutención son las características de la actual generación de artistas que ocupan la región (Santos y Fidalgo, 2005).

Sobre este proceso de incorporación de los ocupantes de la Plaza Roosevelt en el universo teatral, Vazquez creía que se trataba de una simbiosis, de modo que para él, allí tenía el ejemplo de "como el universo excluyente puede permitir una tensión armoniosa entre locos, travestis, prostitutas, viejitas de clase media, artistas y público. Los grupos sociales están todos representados en nuestro cotidiano" (Santos y Fidalgo, 2005).

Más allá, es necesario considerar que el discurso refuerza la existencia de una mirada sobre la ciudad y ese contexto puede ser entendido como la forma que da razón a la existencia de la acción teatral *satyryana* de ese periodo.

Sí inicialmente tales exploraciones fueron provocadas de forma inadvertida, como por ejemplo, el montaje de *De profundis* presentado en el interior de un baño en un bar en Lisboa, con el tiempo las reformulaciones estéticas a partir de la realidad y, ahora también es posible decir, a partir de sus lecturas de la ciudad, pasaron a representar de forma más afirmativa, protagonizando la escena. Esta mirada atenta inclusive sobre las formas como la sociedad se organiza, puede ser identificada en diversas capas y en diferentes niveles de tensionamiento de su lenguaje teatral.

En este sentido, uno de los montajes más contundentes del grupo habría sido la pieza *A Vida na Praça Roosevelt*, de la dramaturga alemana Dea Loher, presentada primeramente en Junio de 2004 en el *Thalia-Teather*, en Hamburgo, Alemania (en Brasil *A Vida na Praça Roosevelt*, fue presentada solamente en 2005).

La aproximación de Dea Loher con la Plaza Roosevelt se dio a través del grupo Satyros, en esa ocasión de la invitación para la Bienal de São Paulo, cuyo tema era "Territorio Libre", en la visión de Loher –"Tierra de Nadie". En su breve residencia en São Paulo, en ese año, el material de su investigación del trabajo de la Bienal fue robado y por invitación de Cabral y Vazquez fue presentada al universo de la Plaza Roosevelt. En su declaración para el periódico Folha de São Paulo, en aquel mismo año, Loher afirma haber descubierto la plaza "con los ojos de ellos, Ellos abrieron ese microcosmos para mí como modelo miniatura de la sociedad, con las jerarquías y los conflictos. De repente pareció cuasi lógico escribir sobre la plaza" (Dávila, 2004).

Fig. 4 – *Satyrianas (*2009). Fuente: Maíra Soares. Repositorio digital personal Flickr. Disponible en: <http://www.flickr.com/photos/mairasoares/4069801520/> Acceso en 9 de Mayo de 2012

Conforme ella, incorporando diversos episodios inspirados en hechos reales, la dramaturgia fue concebida a través del cruzamiento de historias de los diversos "personajes" que recorrían las calzadas de la plaza diariamente y que retrataban el desarrollo de la ciudad en doble dirección, el *super high tech* de las coberturas con helicópteros y la vida que existe esencialmente en las calles.

Más allá de *A Vida na Praça Roosevelt* (2004), y *Transex* (2004), otros montajes buscaron tratar de forma directa el cotidiano de la plaza, a saber, *O Céu É Cheio de Uivos, Latidos e Fúria dos Cães da Praça Roosevelt* (2005), el proyecto *E Se Fez a Praça Roosevelt em Sete Dias* (2007), siete piezas escritas por siete dramaturgos diferentes e dirigidas por siete invitados (1 - *O Amor do Sim*, 2 - *Na Noite da Praça*, 3 - *Impostura*, 4 - *Hoje é Dia do Amor*, 5 - *A Noite do Aquário*, 6 - *Assassinos, Suínos e Outras Histórias na Praça Roosevelt* y 7 - *Uma Pilha de Pratos na Cozinha*), además, es claro, de las *Satyrianas* (fig. 4).

Más allá de una composición de elenco bastante diversificada, lo que llamo la atención en la Cía. De Teatro Os Satyros ciertamente fue esa aproximación de *doble vía* con el contexto urbano de la Plaza Roosevelt que se arriesgo en formas y contenidos nuevos. Sin imponer proyectos, se trata de un grupo de teatro que busco extraer sentido de la sumatoria de fuerzas con los grupos urbanos que de cierta forma también luchan para existir socialmente. En una sociedad que no reconoce la ciudadanía de esos grupos y no reconoce los pequeños grupos de teatro como artistas, la visibilidad adquirida por esa unión representa un momento particular de la escena teatral y urbana paulistana.

5. Consideraciones finales

A pesar de ese proceso haberse mostrado rugoso en el ámbito del grupo analizado, donde capturas y reinvenciones parecieran en algún momento prolongar el aliento crítico acerca de la resignificación de ese territorio, la concretización de las obras de recualificación en la región de la Roosevelt en 2012 condujeron a nuevos acontecimientos que acabaron por señalar una nueva inflexión en la trayectoria del grupo analizado, siendo posible afirmar que la década de 2000 configuró claramente un ciclo en su producción teatral.

Lo que había sido puesto con destaque y habría resultado en la calidad estética inédita de su producción teatral –la elaboración de la experiencia estética a partir del reconocimiento y de la lectura de la ciudad, incluyendo sus contradicciones, los discursos y sujetos substraídos–, sorprendió por la retracción. Sin embargo, no es posible agotar aquí las razones que habrían conducido tal fenómeno. Por ahora y en un último análisis, delante de esta perspectiva estética confrontada a la vida social y también con base en la lectura sobre el grupo se presentaron los procesos que, en nuestra opinión, entrelazarían *Os Satyros* a la Roosevelt. En una localización de frontera, a partir de la cual se analizaron potenciales críticos y desplazamientos considerando las implicaciones y distorsiones sufridas por la forma artística del teatro y por la plaza a lo largo del tiempo.

La experiencia de la Plaza Roosevelt en sus dimensiones urbanas y culturales fue discutida en el trabajo bajo la perspectiva de las prácticas y relaciones de las intervenciones urbanas por ella atravesadas, entretejidas con sus construcciones y reconstrucciones de sentidos. Se observó que ella coliga procesos que revelan diversas formas de actuación y conflictos intrínsecos a la producción del espacio urbano en la ciudad de São Paulo. La Roosevelt en cuanto campo que moviliza nuevas y viejas contradicciones permite la percepción de un cuadro de cuestiones sobre las poéticas urbanas y posibles deslizamientos en los modos de construcción y significados de la ciudad. Así, más de lo que el espacio físico, la plaza es un espacio social, que integra asimetrías en su forma de acceso –o de ocupación. En la medida en que la lectura de la Plaza Roosevelt se construye, hay también una lectura correspondiente, la de la ciudad.

6. Bibliografía

Abreu, K. (2008). *Experimentação e realidade: grupos e modos de criação teatral no Brasil* en Saadi, F.; García, S. (comp.) *Próximo ato: Questões da Teatralidade Contemporânea.* São Paulo: Itaú Cultural, pp. 90-95.

Arantes, P. (2007). *Paulo Arantes: um pensador na cena paulistana*. Periódico O Estado de São Paulo. São Paulo, 15 de Julio de 2007, Cuaderno 2, p.175.

Carreira, A. (2007). *A cidade como Dramaturgia do teatro "de Invasão".* Actas del XI Encuentro Regional de la ABRALIC, Universidad de São Paulo, julio de 2007. Consultado el 20 de junio de 2011 en http://www.andrelg.pro.br/simp%F3sios/Andr%E9_Carreira__A_CIDADE_COMO_DRAMATURGIA.pdf

Costa, I. C. (1996). *A hora do teatro épico no Brasil.* Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Dávila, M. (2004). *Inspirada em praça paulistana, autora alemã estréia peça no Brasil.* Periódico Folha de São Paulo, Cuaderno Ilustrada, 13 de Julio de 2004. Consultado el 18 de agosto de 2011 en http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u45884.shtml

Guzik, A. (2006). *Cia de teatro Os Satyros. Um palco viceral.* São Paulo: Imprensa oficial.

Kosovski, L. (2005). *A casa e a barraca.* In: Telles, N., Carneiro, A. (comp.) *Teatro de rua – olhares e perspectivas.* Rio de Janeiro: E-papers, pp. 8-19.

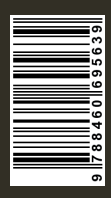
Meyer, R. P; Grostein, M. D. y Biderman, C. (2004). *São Paulo Metrópole.* São Paulo: EDUSP e Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.

Pavis, P. (2008). *Dicionário de teatro.* São Paulo: Perspectiva.

Rebouças, E. (2009). *A dramaturgia e a encenação no espaço não convencional.* São Paulo: Ed. UNESP.

Santos, V. y Fidalgo, J. (2005). *Praça Roosevelt renasce com teatros alternativos*. Periódico Folha de São Paulo, Cuaderno Ilustrada, 8 de Febrero de 2005. Consultado el 14 de marzo de 2010 en http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u49225.shtml

Vásquez, R. G. (2011). *Por um teatro expandido,* en García, S. (coord.) *A(l)berto Revista da SP Escola de Teatro*. São Paulo: Gráfica Aquarela, pp. 75-85.

ÍNDICE ▷

UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID