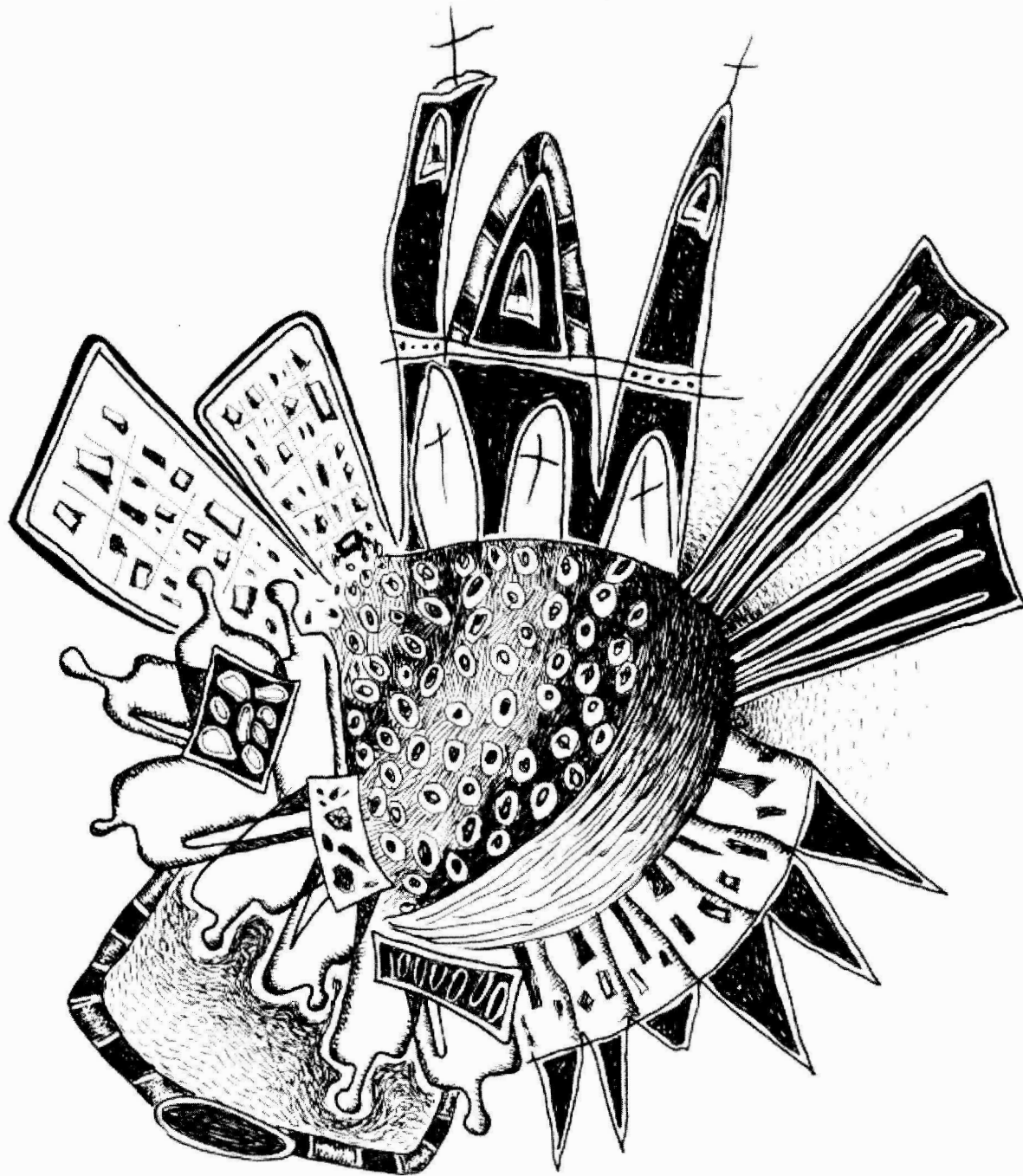
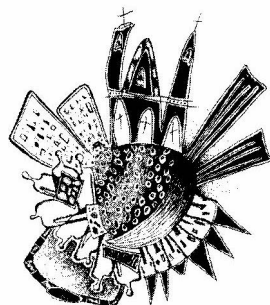


# LA CALLE Y LA CONVIVENCIA COTIDIANA



Federico Medina Cano



La vida cotidiana se caracteriza por la proliferación y el consumo de imágenes. El individuo se presenta ante los demás como si su imagen tuviera un papel activo. El yo es la imagen que refleja en los ojos de los demás, es la aprobación y la admiración de los que le rodean, es la opinión que desata en los demás. Lo fundamental en el cuidado del yo es la preocupación por las apariencias, por encontrar una imagen o una pose que subraye la diferencia, por llevar creativamente el vestido y el ornamento, por estar a la moda. Es la sociedad del espectáculo, de las apariencias que se hacen realidad. Para el individuo «el aspecto exterior asume la función de un test cotidiano de habilidad; a través de una serie de autopresentaciones, el individuo no sólo intenta mostrar su aspecto mejor, sino también discutir y controlar las respuestas de los demás» (1). La sociabilidad es esencialmente teatral: está hecha de apariciones, de puestas en escena, de poses y presentaciones que simulan la comunicación.

La ciudad participa de esta dimensión de la cotidianidad, del discurso que el sujeto va construyendo mediante sus performances figurativas, dentro de un ver vs. ser visto. La ciudad tiene un componente teatral fundamental: es el lugar de la teatralidad por excelencia, el espacio que dominan los fenómenos y el ver. «Es el lugar del aparecer y del parecer» (2). En la ciudad lo social no es más que un escenario con actores que representan su papel, sus roles, pero sin texto.

Las ciudades, por muchas razones, (históricas, militares, económicas, religiosas) son regularmente concéntricas. No son espacios enredados, ni remedan el caos a pesar de su crecimiento irregular (algunas son como un carcinoma que crece sin control), tienen un centro. El centro es el lugar a donde el habitante va, de donde retorna, es el lugar con el que sueña, el que inventa con sus ilusiones, del que se retira o se acerca, que reconstruye diariamente en su desplazarse por la ciudad. Es el núcleo de la vida de la ciudad. Es un lugar «siempre lleno: lugar marcado, es en el que conjugan y se condensan los valores de la civilización: la espiritualidad (con las iglesias), el poder (con los ministerios y oficinas), el dinero (con los bancos), el comercio (con los

grandes almacenes), la palabra (con los ágora: cafés y paseos): ir al centro es reencontrar la 'verdad' social, es participar de la soberbia plenitud de la realidad» (3).

La ciudad, además de su dimensión funcional, posee una dimensión «erótica». Además de encarnar una racionalidad, es el lugar del encuentro, de la reunión, del intercambio. Pero no todos los lugares asumen esta función. El centro es el lugar de reunión de toda la ciudad. «Esencialmente y semánticamente, es el lugar de encuentro con el otro... es vivido como lugar de intercambio de actividades sociales... como el espacio donde actúan y se encuentran fuerzas subversivas, fuerzas de ruptura, fuerzas lúdicas»(4).

El centro de la ciudad tiene una doble dimensión. De un lado, el centro es el lugar de la ciudad donde la densidad de acontecimientos es mayor. A él va en busca de información o de anonimato. El hombre urbano acude al centro porque el anonimato le permite una expresión más libre, lejos del control social de la comunidad en la que vive y del juicio de sus vecinos. Vive la clandestinidad en el centro de la ciudad y experimenta el sentido de lo urbano al deambular sin rumbo entre la multitud de desconocidos: está solo rodeado de muchos. Y, de otro lado, el centro de la ciudad es el lugar donde la subjetividad se expresa. El centro y sus calles son lugares

privilegiados, en ellos está el otro y nosotros mismos somos el otro. Son escenarios donde se participa del teatro y del espectáculo de la existencia social, y se juega y se asumen muchos roles y máscaras. La otra parte de la ciudad es el mundo de lo privado, el mundo de la familia, la residencia y la identidad (la real identidad).

### EL ESPECTÁCULO DE LO SOCIAL

«Lo que hace viva una ciudad es la circulación, el intercambio, los encuentros, la animación de la calle»

*Philippe Aries*

El espacio público en la ciudad tiene dos modalidades básicas: la plaza y la calle. Las ciudades nacen en torno a las plazas, de allí parten las calles y se conforma la retícula de la ciudad. La plaza es el espacio para la permanencia, es el lugar de la quietud, donde la vida se detiene y se hace una pausa en la actividad. Cumple varias funciones en la vida de la ciudad: en el plano económico, es el lugar donde se desarrolla el mercado y los encuentros comerciales; en el plano político, es el lugar de la concentración de multitudes, donde se expresa el peso social de una idea o se materializan numéricamente los ideales democráticos (la voz popular); en la recreación urbana, es el lugar donde se llevan a cabo los eventos y actos públicos, las romerías, las ferias o fiestas, o los espectáculos



de li-  
beración  
ritualizada (el cen-  
tro se transforma en

un escenario fastuoso donde se celebran rituales religiosos o ceremonias cíclicas). Es la sede de los poderes (del poder religioso, gubernamental, comercial y social), el espacio donde se encuentran los edificios públicos, las catedrales, o los grandes edificios. Es además el lugar donde se sitúan los monumentos y se rinde culto a los héroes y a los acontecimientos principales de la historia nacional o local. En su interior también los grupos minoritarios o alejados del poder realizan los movimientos de lucha o los movimientos de contrahegemonía.

Las calles (las callejuelas de las ciudades tradicionales o el torrente vial de las grandes ciudades modernas) expresan el carácter de la ciudad, su medida o su desmesura. Son lo contrario de la plaza, son el espacio para recorrer. Con su movimiento perpetuo de gentes o vehículos comunican la idea misma de la movilidad: son un

río humano incontenible, un fluir de gentes. Son el lugar para pasear, donde exterioriza el hombre urbano la libertad de vivir, de recorrer y disfrutar. En su recorrido se aglutina el comercio especializado y jerarquizado, y los lugares de vivienda. Pero en la ciudad moderna no son sólo el lugar de paso, de interferencias, de circulación, de movimiento de gentes, del ir y venir de sus moradores, son el espacio neutro donde se cruzan los individuos en su movimiento perpetuo del interior de su vivienda al mundo exterior del trabajo.

La calle representa la vida cotidiana, «constituye su escenario casi completo, su digest»(5). La calle es el escenario en que se representa la existencia social, el ser exterior de los individuos. Es un microcosmos cambiante, que se modifica con el ir y venir de sus públicos y actores, con el paso de las horas y de las rutinas, del estado del clima y de las ocasiones, con el paso del día a la noche. La calle ofrece un espectáculo variable, un flujo de gentes en continuo movimiento.

La calle es un texto social, un fragmento para ser descifrado por los que transitan en ella. Las clases sociales se mezclan, pero continúan distinguiéndose por medio de múltiples signos, por su gestualidad, manera de vestirse o de llevar la moda, por su forma de hablar y expresarse, de mirar a los demás o de asumir una pose para ser vistos, por la huella de su ocupación.

Los que transitan son simultáneamente actores y espectadores, se ofrecen para ser descifrados y son intérpretes de los mensajes que los otros elaboran. «El hombre moderno, el hombre de las ciudades, pasa su tiempo leyendo. Lee, ante todo y sobre todo, imágenes, gestos, comportamientos» (6). Descifra el status social, la dosis de excentricidad, el estilo de vida, la actitud frente al mundo de los que le rodean. La calle es el espacio privilegiado para realizar esta labor .

En la calle es posible el desorden y el desborde, el rumor y la proximidad física, y el roce de los cuerpos. En ella se mezclan las jerarquías y se sintetiza la vida entera de la ciudad. Es un espacio que permite la participación. El sujeto que la transita no es un ente pasivo, «de buen o mal grado» figura en el texto social: participa con su humor, su destino, su situación, su conciencia, el tiempo de que dispone, el rol que asume, la imagen que asume de su clase social. Participa contento o indiferente, divertido o preocupado, alerta o en calma, tensionado o relajado. En la calle pone en escena sus pequeños psicodramas o sociodramas.

Puede fascinar y también decepcionar. Es el lugar de la cercanía y el contacto entre las gentes, pero también es el lugar de la muchedumbre, el lugar que arrastra a los sujetos, el anonimato que se evita. Lo humano más distante se acerca a la calle en una diversidad casi inagotable, en una fusión difícil de

comprender o de descifrar. Es el espacio que algunas veces sólo resulta atractivo en el vacío o en el abandonado de la madrugada, con su imagen descompuesta y mal lavada.

Cuando las condiciones de la vivienda son de estrechez y el espacio es muy reducido la vida doméstica se desarrolla en la calle y en el vecindario. La calle es el terreno del juego y de la animación. Los niños o adultos en diferentes horas del día se apropian de la calle para jugar. Al cerrarla o impedir la circulación de vehículos la convierten en zona de juego o de encuentro festivo. Es una muchedumbre que palpita aun en las calles más alejadas y de menos tráfico. Pero en la calle no se establecen solamente relaciones de vecindad. En su interior se desarrolla la vida asociativa o de grupo, ya sea en el deporte, el juego o la música, el corporativismo, las actividades religiosas o las prácticas políticas. En la calle se forma el patriotismo de barrio, se consolida la identidad grupal, se establecen vínculos de solidaridad y se construye el sentimiento de vida en comunidad.

Las calles no tienen siempre la misma forma. En la parte céntrica de la ciudad por el deseo de racionalidad o de modernización se pone en práctica el alineamiento sistemático, la línea recta y la convergencia de vías, el trazado geométrico, se construyen grandes arterias, dando prioridad a la circulación de automóviles, al desplazamiento

to rápido y seguro. En los sectores populares las calles no siguen los patrones de la planeación urbana. Los usos sociales y las prácticas que en ella realiza la comunidad, la dificultad de la topografía, la ausencia de alineamiento o de servicios públicos, el trazado constantemente interrumpido de la vía pública, le confieren otra forma. Es un espacio intersticial, una simbiosis entre espacios abiertos y cerrados, en ella convergen el callejón, el patio, la escalera y la vivienda.

### LA FIESTA Y LA ESTÉTICA DE LO EFÍMERO

La calle no es un lugar sombrío carente de cualquier estética. El color puede estar ausente o presente en la calle. Algunas ciudades por el aumento de desechos industriales y la contaminación atmosférica enmudecen y un color ceniciento lle-



na sus calles. Otras reviven por su variedad y sutileza cromática. Las fachadas de las viviendas, las puertas, las ventanas, el mobiliario urbano, las aceras están revestidas de color. Con el color se realzan los volúmenes y los espacios, se busca una nueva «urbanidad» (una nueva manera de habitar la ciudad), se hace la ciudad más inteligible y cordial.

La calle por ser un espacio compartido se presta fácilmente a la creación colectiva. Los muros sirven de espacios pictóricos. Las artes de la calle, las pinturas y murales nacen en el ámbito urbano como parte de un auténtico movimiento de arte popular que renueva el diálogo comunitario y busca expresar la memoria colectiva: unos recuerdan un momento de la historia del barrio, de la ciudad o del país, las tradiciones populares o la historia más reciente (expresan el deseo de reconocimiento de algunos sectores sociales y reflejan una conciencia política en gestación); otros expresan los sueños colectivos, las fantasías o las utopías de los sujetos o las comunidades que las habitan.

Las calles se embellecen y transforman cromáticamente con motivos de acontecimientos políticos o religiosos, con los desfiles, procesiones, romerías, cabalgatas folclóricas, carnavales y fiestas. Las gentes se echan a las calles y las colman. El esfuerzo creador es colectivo. La calle es un espectáculo visual. Las creaciones pueden ir desde

espectáculos nocturnos con luces, juegos pirotécnicos, sonidos o movimientos coreográficos hasta la decoración de la calle con arcos y estelas conmemorativas hechas de papeles de colores, de flores o con bombillas eléctricas que se encienden y apagan, cambian de color y dibujan motivos; desde escenarios improvisados hasta una organización comercial en la que participan cámaras de televisión, barreras de seguridad, tribunas para los invitados oficiales, empresas productoras de discos y los agentes artísticos (puede ser desde un desorden espontáneo que invita a la expresión y la creación hasta un espectáculo organizado por el gobierno de la ciudad, reglamentado y de carácter oficial). La calle es el lugar para el recorrido suntuoso en el carnaval: la colman el cortejo de carrozas (con sus paneles pintados y sus representaciones de la tradición histórica, popular o religiosa), los caballos y jinetes, los grupos de músicos, actores y bailarines coronados de plumas y ataviados con ricas vestimentas. En el carnaval actores y espectadores se confunden. Algunas calles poseen unas construcciones altas y móviles que le permiten al público, que conoce el sentido del carnaval, apreciar el espectáculo. En el regocijo popular la ciudad encantada contempla sus pulsiones, sus propias expresiones creadoras y sus gentes recuperan el control del espacio público.

En la calle se mantiene una cultura contraria a la modernidad. En la épo-

ca del walkman se instalan en la calle los músicos ambulantes, los organilleros, el hombre que toca los timbales (acompañado de los golpes de palmas de las personas que lo escuchan), los serenateros que a altas horas de la noche llevan su lamento amoroso, las camionetas con megáfonos, los hombres y mujeres que por una moneda interpretan, solos o en grupo, una canción a veces desafinada, vocalizada sin rigor o sin medida, los disc jockys que en los bazares dedican canciones en los días de fiesta a los enamorados, las secciones musicales a cargo de un vecino de una casa que instala un megáfono fuera de la ventana o la puerta (y es acompañada por el baile colectivo de los vecinos del barrio). La música callejera no forma parte del espectáculo de los grandes medios de comunicación. Es el lenguaje del hombre corriente, es portadora de la historia y el saber, de los relatos populares, de los afectos de los moradores, de su sentido de la vida y del valor que le dan a su cotidianidad.

#### EL ESPECTÁCULO DE «LOS BIENES DE LA TIERRA»

La calle no sólo es un lugar de paso o de circulación, es una zona de intercambio mercantil y simbólico. En su interior transcurre el encuentro casual, la reiteración de los hábitos, como la práctica del mercado y del intercambio de productos: es el espacio común, el escenario donde se des-



envuelve lo público, lo que corresponde a todos, y donde la idea de propiedad no cuenta (7).

Es un espacio colectivo rico en actividad, allí se trabaja, se busca empleo o se realizan contratos. Es también el espacio del comercio minúsculo, la desbordan los comerciantes y vendedores ambulantes. En la calle se pueden encontrar ventas de bisutería, de comidas o servicios de comedor de todo tipo, de bebidas o de cigarrillos, hay puestos de frutas, de verduras o de flores; abundan las ventas en carretillas, bazares o misceláneas donde se puede encontrar productos muy diversos o mercancías a bajo precio, artículos de segunda o remates de saldos. En los momentos de crisis económica que acelera la diversificación de la economía en la calle proliferan los pequeños oficios artesanales. Sus anuncios, pancartas y escaparates están instalados en las zonas peatonales. Improvisadas oficinas de asesoría jurídica y tributaria, agencias inmobiliarias, anuncios de cursos de todo tipo, talleres de aprendizaje, ventas de lotería, juegos de azar y apuestas, puestos de revistas y periódicos, servicios de fotocopias y de fotografía, de plastificación de documentos o de mecanografía rápida proliferan agrupados discretamente. La lista de oficios que animan la calle es muy diversa y se amplía o se reduce según el barrio o la comunidad que la habita: fabricantes de comidas rápidas o de fritangas, fotogra-

fos, peluqueros, relojeros, mecánicos, electricistas, fontaneros, ebanistas, fabricantes de llaves, remontadores de zapatos, soldadores, gestores de trámites legales, etc.

Ofrece el espectáculo de «todos los bienes de la tierra» a las miradas y ambiciones de las gentes que deambulan por ella. Excita los deseos e invita al consumo. Detrás de las vitrinas, los aparadores de los almacenes, las mercancías se fetichizan y adquieren una especie de esplendor que transforma la calle en un museo o el gran almacén en una catedral. En estos lugares «brillan» con luz propia los objetos, resumen la veneración colectiva, y frente a ellos se tejen compromisos interiores y pactos marcados por el deseo. Son trampas: en ellos el observador cae bajo la tentación de lo anunciado. Los hombres y mujeres las cortejan, las transforman de cosas cercanas en cosas inalcanzables e imposibles, y sólo cercanas en los sueños. Están diseñadas con una gramática que le confiere un alto contenido simbólico, y se acomodan a las condiciones culturales y a la procedencia social de sus usuarios (a sus condiciones económicas, étnicas, educativas).

En su interior se realiza el circuito que convierte las mercancías en entes deseados o en bienes supremos, en objetos imaginarios y bellos. Es el lugar más cerca a la imaginación pero también el espacio más cercano a la realidad más



dura, la del dinero y el peso de la frustración que encierra su carencia. La calle es el espacio marcado por el sello de la riqueza y el derroche o de la pobreza y la privación. El ir de compras, el ir a mirar las tiendas y almacenes, pone en escena las tensiones económicas individuales y materializa la decepción.

Es el lugar donde el dinero se proclama como la única realidad. En las vitrinas y escaparates se muestra más de lo que el público puede obtener: no sólo se fraguan los deseos, también se alimenta el desaliento, la frustración, la rabia por no poseer en la realidad aquello que provoca la imaginación.

## NOTAS

- (1). Squicciarino, Nicola. El vestido habla. Madrid, Ed Cátedra, 1990. Pág.185.
- (2). Imbert, Gerard. «La ciudad como recorrido. (Aproximación figurativa a la cotidianidad)». II simposio internacional de semiótica. Universidad de Oviedo, Oviedo, 1988. Pág. 243.
- (3). Barthes, Roland. El imperio de los signos. Madrid, Mondadori, 1991. Pág. 48.
- (4). Barthes, Roland. La aventura semiológica. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990. pág. 265
- (5). Lefebvre, Henri. «Introducción a la psicología de la vida cotidiana» De lo rural a lo urbano. Barcelona, Ed. Península.
- (6). Barthes, Roland. Op. cit. pág. 223
- (7). Schmucler, Héctor y Patricia Terrero. «Nuevas tecnologías y transformación del espacio urbano». Telos # 32, Diciembre 1992/febrero 1993. Pág. 29.



*La calle se designa de muy diversas maneras. La forma más simple es darle un número o una letra. La red de vías se organiza en orden de norte a sur, o de oriente a occidente. En otros lugares, por una simple asociación, se le nombra por el anuncio vistoso de un almacén o establecimiento público, por el nombre de la comunidad que la habita, por el nombre de la antigua localización que atraviesa. Otras en su nombre evocan el oficio que en antaño en ellas se realizaba. En otras se le rinde homenaje a los servidores de la comunidad, a hechos del pasado, fechas memorables, o héroes de la historia nacional.*