ACCIONES Y REPRESENTACIONES EN LOS ESPACIOS URBANOS*

CLAUDIO LOBETO**

MIRADAS URBANAS

La importancia que en los últimos años han adquirido los estudios sobre las ciudades obedece a una multiplicidad de factores, que centralmente se articulan en todo lo que significa una trama urbana cada vez más densa, desembocando en la reformulación de problemáticas ya existentes y aparición de nuevas.

Expresión clásica de la multiculturalidad e hibridez, las ciudades son espacios que reciben el aporte de expresiones rurales y campesinas, son asiento de grandes lobbies empresariales, se mixturan lenguajes y culturas de las más diversas y coexisten formas tradicionales y modernas tecnologías, que como un entrecruzamiento de producciones simbólicas y materiales, son síntesis de manifestaciones culturales "des" y "reterritorializadas".

Las ciudades son así, el lugar donde mayor cantidad de bienes simbólicos y materiales de la cultura se producen, circulan y se consumen y donde los habitantes conviven con estas formas, dando lugar a una "pluralidad de culturas", que repercuten en transformaciones culturales y estéticas que superan al propio espacio urbano.

Como categorías articuladas, lo local, lo regional y lo global, expresan esta multiplicidad de flujos culturales y simbólicos, que en forma acelerada y efímera,

---

* Este trabajo se inscribe en la investigación *Cultura y territorio Patrimonio, actividades e instituciones culturales en los procesos de integración y descentralización* que dirige la Dra. Mónica Lacarrieu. Instituto de Ciencias Antropológicas. Facultad de Filosofía y Letras (UBA). Buenos Aires 1998-1999.

** Cátedra de *Sociología y Antropología del Arte*. Instituto de Historia del Arte Argentino Facultad de Filosofía y Letras (UBA)

recorren los escenarios urbanos, acentuando las tensiones entre formas identitarias ciudadanas, nacionales, regionales y planetarias.

En este trabajo, se destacan una serie de "miradas urbanas", que relacionan a los diferentes actores sociales y como éstos se vinculan mediante prácticas socioestéticas y formas específicas de vivenciar el entorno local, que determinan formas diferenciadas de apropiación y utilización de los espacios urbanos.

VIAJES

En *La ciudad de los viajeros, travesías e imaginarios urbanos: México 1940-2000,* producto de una investigación sobre esta ciudad, García Canclini señala en relación a la mancha urbana, una cantidad de cambios en los espacios.

Descentramiento, fragmentación e inabarcabilidad son algunas de estas modificaciones que confluyen en un punto: la pérdida de marcos identitarios. La ciudad se "desconoce", o en el mejor de los casos, se la conoce, pero recorriendo circuitos determinados. De esta manera, la visión se fragmenta, recortándose la totalidad de la ciudad en sitios conocidos y cotidianos, produciendo el efecto de reforzamiento de identidades locales, vecinales y barriales.

> "La multiplicación de estas "ciudades dentro de la ciudad", admitida por los planificadores de los años 70, acentuó los procesos de segregación espacial y compartimentación de las experiencias en el uso del espacio urbano." (García Canclini 1996: 21-22)

Es así que el circular por la ciudad adquiere otra relevancia. Los viajes urbanos se convierten entonces, en una experiencia en la que miles de personas se sumergen diariamente, ofreciendo una mirada distinta de las ciudades, desde la cual se experimenta la congestión vehicular, las relaciones ocasionales entre los viajeros, la soledad, los viajes por trabajo y en momentos de ocio, las actitudes de choferes, repartidores, policías y automovilistas, siendo éstas, algunas de las múltiples visiones que aparecen.

Los retratos posibles que significan los viajes urbanos, no sólo se constituyen como maneras válidas de acercarse al pulso de las grandes ciudades, sino que también implican prácticas sociales que intentan rearmar la visualidad del mapa urbano, cada vez más difuso y extraño para los propios habitantes.

ESPACIOS URBANO-ELECTRÓNICOS

Esta difuminación se expande y se *extraterritorializa* en varias direcciones. La imagen de lo urbano trasciende el ámbito geográfico y circula por otros espacios como el electrónico y el audiovisual.

> "A partir de la interrelación entre las nuevas tecnologías, la ciudad y el flujo de bienes simbólicos, destaca la existencia de un espacio electrónico, en el cual traslaciones virtuales de los medios masivos, en especial la televisión, operan sobre las urbes que simultáneamente a su incremento en extensión y habitantes, van perdiendo sus características particulares en cuanto a individuación geográfica y en tanto funcionalidad civil. Los movimientos poblacionales, no sólo se traducen en flujos de personas y en espacios reales, otros movimientos de índole virtual refuerzan estos mecanismos mencionados. Estos movimientos migratorios mas ilusorios que reales, toman forma en la explicación de mecanismos encubridores que obstaculizan la verdadera dimensión de despoblación rural y repoblación urbana a través de una "realidad" que de tanto repetirse por los medios, se convierte en verdad inapelable". (Libonati 1996:186-187).

Mientras por un lado, la globalización informativa y comunicacional homogeneiza el consumo cultural a nivel mundial, en forma similar, imágenes massmediáticas invaden el espacio audiovisual urbano, moldeando percepciones e imaginarios colectivos, que sin embargo, continúan siendo fragmentados debido a estos mecanismos de extraterritorialización mencionados.

Pero por otra parte, inmersas en la tendencia a una privatización cada vez mayor de la vida cotidiana, las ciudades se van convirtiendo en verdaderos espacios virtuales, en los cuales la comunicación pierde visos socializantes, explotándose al máximo los recursos tecnológicos e informáticos.

Cajeros automáticos, entidades bancarias sin un solo empleado, cybercafés, compras por televisión, correos electrónicos enviados al vecino, teléfonos celulares, antenas parábolicas, la videopolítica que reemplaza a los actos multitudinarios y las encuestas telefónicas, son ejemplos de condicionamientos y pautas que van contextualizando acciones y prácticas sociales nuevas.

SOBREEXPOSICIÓN AUDIOVISUAL

Alain Mons, en su trabajo *La metáfora social*, (se refiere a las políticas de comunicación que desde las instituciones se llevan a cabo para crear "marcas de ciudades":

> "Hay una toma de conciencia global de las potencialidades de lo local. Es en tal contexto donde se han desarrollado estrategias de promoción de las ciudades a través de la producción de imágenes de marca que se supone caracterizan a las localidades." (Mons 1994: 26).

En este caso, la "imaginería urbana" que define Mons, se sustenta en estrategias publicitarias, centradas en torno a la acción de las administraciones municipales y del sector privado, pero deja un lugar al rol de los "ciudadanos" como sujetos que a través de tradiciones, fiestas y otras manifestaciones, son generadores de "operaciones de reciclaje" de estas "marcas identitatarias".

Esta "estética urbana" se completa con una "polución visual" que satura los espacios públicos. La sobreexposición de imágenes destaca como se superponen, entremezclan, anulan y se complementan las diferentes ofertas visuales.

Carteles publicitarios coexisten con los *graffitis*. Postes de luz se convierte en soportes para todo tipo de anuncios, incluyendo campañas políticas, oferta de servicios y profesionales, etc. Inscripciones emblemáticas de bandas de rock, *grupos barriales* y "barras" de equipos de fútbol alternan con pintadas anónimas, utilizando todos, lenguajes acorde a un universo massmediático pero situándolo en un contexto determinado y un momento particular.

Como símbolo de esta era comunicacional, antenas parabólicas contrastan con flaneras y budineras que a manera de antenas, los sectores populares utilizan para bajar señales televisivas.

Ciudades reales que se oponen a ciudades metafóricas e imaginarias o ciudades modernistas que se superponen con ciudades patrimoniales, son amplificadas desde los medios masivos y las instituciones oficiales, pero también son apropiadas y retomadas por grupos urbanos, organizaciones barriales, ONGs y movimientos sociales, ampliando el campo de la "comunicación territorial" y sustentando estrategias de "uso" y "ocupación" de los espacios urbanos.

PRÁCTICAS SOCIOESTÉTICAS. FRAGMENTOS DE LA MUNDIALIZACIÓN

Flujos migratorios o "ethnoescapes" y flujos comunicacionales y simbólicos dan lugar a mecanismos de *concentración-fragmentación* en el campo cultural urbano, articulando un bombardeo visual de imágenes globalizantes provenientes de unos pocos centros productores y difusores, con cuestiones y conflictos locales y mutaciones culturales, cuyos signos mas visibles se expresan en las ciudades, como *espacios- escenarios* para que nuevos agentes sociales apelen a verdaderas "puestas en escena" y utilicen estéticas que significan una teatralización y espectacularización de sus propuestas. Muñecos gigantes, "abrazos" a edificios y monumentos, "performances" urbanas, máscaras y tatuajes, son algunas de estas prácticas estético-sociales que son puestas en juego en los espacios urbanos.

Se revelan mediante estas prácticas, identidades cambiantes, móviles, polivalentes y contradictorias, que bajo la forma de una sumatoria de imágenes, van dando cuenta de como los diversos actores sociales imprimen acciones identitarias e identificatorias de usos y representaciones de la ciudad.

En un contexto actual, en el cual la *mundialización* del campo cultural disuelve las identidades nacionales, la *fragmentación* aparece ligada a una suerte de contracara en la cual se van delineando grupos urbanos y movimientos sociales que apelan a rituales modernos. Rituales que se expresan en *dramatizaciones espaciotemporales y prácticas socioestéticas,* que presentan vivencias y problemáticas sociales y que son el inicio de culturas "under", alternativas o marginales.

Estas prácticas estético-políticas y socioestéticas deben ser entendidas como *"aquellas manifestaciones en donde lo reivindicativo y la demanda se entremezclan con aspectos lúdicos e intenciones estéticas que articulan una dimensión simbólica y un sistema comunicacional.* (Lobeto y Wechsler, 1996: 96).

En referencia a *"la presentación del mundo como espectáculo"* y vinculado al impacto de los medios masivos, los movimientos y grupos sociales "recrean" y "re-presentan" al ciudadano-consumidor una nueva versión de la realidad. (Garcia Canclini 1995).

Melucci (1988), señala en relación a los efectos provocados por estas "acciones colectivas" que uno de ellos es la "innovación cultural", es decir, la modificación de hábitos, gustos y normas que ingresan en el universo social a partir de la producción de acciones por parte de los movimientos sociales urbanos.

TRIBUS JUVENILES

Grupos sociales que efectivamente se reapropian de la ciudad, lo constituyen los jóvenes, que a través de prácticas sociales y gustos estéticos, adhieren a modelos globalizantes que transmiten los medios de comunicación. Sin embargo, estos mismos jóvenes son quienes modifican los usos establecidos de los espacios urbanos, adecuándolos a prácticas propias que expresan rasgos locales y creando además, nuevos modos de comunicación inter e intragrupal.

"Bandas" juveniles que comparten centros de reunión, tiempos cotidianos y tiempos de rituales, circuitos culturales, gustos musicales, modas, lenguajes y estéticas, se diferencian entre sí. El cuerpo, lo visual, el lenguaje y la música son algunas de las señales más visibles de estas denominadas "tribus urbanas".

Los "darks, skinheads, punkies, heavies" y otros, apelan a códigos preestablecidos que establecen la pertenencia a cada grupo, y que como signos identitarios, revelan expresiones culturales que interactúan en el campo cultural urbano con otras expresiones como las producidas por otros integrantes de la sociedad civil como ONGs y movimientos sociales y la industria cultural y de la comunicación.

Pero además, como agentes de creación y circulación audiovisual, todos ellos, jóvenes, movimientos sociales, asociaciones, artistas y hasta grupos sociales transitorios, instalan en el universo social, significaciones y sentidos, modalidades estéticas y hábitos culturales, que van permeando las formas culturales hegemónicas e instituídas.

USOS Y REAPROPIACIONES SOCIALES DE LOS ESPACIOS URBANOS

La protesta de un grupo vecinal en torno a un problema específico, como es la disputa en torno a un predio verde o la oposición al trazado de una autopista, supone un despliegue de acciones que contemplan y refieran a una visión tradicional o patrimonialista de la ciudad. Se apela en estos casos, a argumentos basados en la inconveniencia de las transformaciones, la defensa de lo público -ante el avance de lo privado-, y los derechos ciudadanos, y en muchos casos hasta se invocan criterios estéticos, argumentaciones que en otros casos se invierten cuando la instalación de un *shopping* puede favorecer a los vecinos del área de influencia.

Varios actores son los que intervienen en la disputa o negociación en torno a una problemática urbana. En este caso, al grupo vecinal, se suman las autorida-

des locales y el sector privado inspirado en lógicas comerciales. Así, las inmobiliarias motorizan la "modernización" de ciertas áreas urbanas basándose en criterios de rentabilidad de las propiedades - en muchos casos contando con la complacencia de los funcionarios de turno- y con el acuerdo tácito o evidente de los propios vecinos.

Zonas que durante años estuvieron abandonadas, ven duplicar su valor al impulso de agentes inmobiliarios, suscitándose conflictos sociales entre vecinos, "ocupantes ilegales" y autoridades municipales. Barrios tradicionales que son rescatados por defensores de lo tradicional y del patrimonio, se intercalan con autopistas y enormes torres futuristas, símbolos del poder económico de las corporaciones multinacionales y grupos de poder económico.

La tensión tradición-modernidad, se expresa en forma permanente en la ciudad. Frente al símbolo que significa el *shopping* como símbolo paradigmático de los "no lugares" (Augé 1993), conviven y "resisten" las *ferias artesanales*, y en las que la relación entre los sujetos actuantes, el entorno, los objetos expuestos y hasta el paseo, adquieren significaciones diferentes. *Shoppings* y ferias artesanales son modelos contrapuestos en el proceso de vender-comprar e implican diferentes formas de relacionamiento social.

A partir de estos aspectos mencionados, la ciudad como núcleo central en los procesos de modernización y de globalización, actúa como el "lugar" donde se viabilizan una sumatoria de construcciones identitarias en las que intervienen los relatos y las representaciones de los sujetos sociales, en la cual se ponen en juego interrelaciones entre actores sociales que contemplan lógicas diferentes, en algunos casos complementarias, en otras negociadoras y en muchas, directamente de confrontación y opuestas.

Estos cambios operados en las grandes megalópolis latinoamericanas, están siendo abordados desde variados puntos de vista.

Enfoques que integran transdisciplinariamente la cuestión urbana, resultan imprescindibles para entender la ciudad en su totalidad, ya que el entorno urbano condiciona a los actores sociales y opera en las representaciones que éstos tienen sobre los espacios, para finalmente reapropiarse y accionar sobre ellos.

BIBLIOGRAFÍA

AUGÉ. M. 1995. *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Gedisa. Barcelona.

----------. 1993. *Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa. Barcelona.

BALANDIER, G. 1994. *El poder en escena, de la representación del poder al poder de la representación*, Paidós, Barcelona.

BAYARDO, R y M. LACARRIEU, (comps.). 1997. *Globalización e identidad cultural*. Ediciones CICCUS, Buenos Aires.

GARCÍA CANCLINI, N. 1995. *Consumidores y ciudadanos, conflictos culturales de la globalización*. Grijalbo. México.

----------. 1996. *La ciudad de los viajeros, travesías e imaginarios urbanos: México 1940-2000*. Grijalbo. México.

INSTITUTO INTERNACIONAL DEL DESARROLLO (ID), 1996. *Anuario Latinoamericano 1996*. ID. Madrid.

LOBETO. C. y D. WESCHLER, (comps.). 1996. *Ciudades, estudios socioculturales sobre el espacio urbano*. Nuevos Tiempos-ID, Madrid-Buenos Aires.

MELUCCI, A y otros. 1988. Los movimientos sociales y la democratización de la vida cotidiana. En: *Imágenes desconocidas. La modernidad en la encrucijada postmoderna*. CLACSO, Santiago de Chile.

MONS. A. 1994. *La metáfora social*. Nueva Visión. Buenos Aires.

ORTIZ, R. 1996. *Otro territorio*. Univ. Nac. de Quilmes, Buenos Aires..

SILVA, A. 1992. *Imaginarios Urbanos*. Tercer Mundo. Bogotá..