



ciudades creativas

II Congreso Internacional

26, 27 y 28 de octubre de 2011

Facultad de Ciencias de la Información - Universidad Complutense de Madrid
19 sedes virtuales de España, Europa y Latinoamérica



ACTAS

volumen 1

DIRECCIÓN

Francisco García García

COORDINACIÓN

Rogelio García Fernández



icono14

ACTAS
II CONGRESO INTERNACIONAL DE
CIUDADES CREATIVAS

Dirección

Francisco García García

Coordinación

Rogerio García Fernández



Revista científica

ICONO14

Actas Científicas

ISBN: 978-84-939077-6-1

DIRECTOR

Francisco García García

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UCM)

COORDINACIÓN GENERAL

Rogerio García Fernández

Investigador de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UCM)

SECRETARÍA DEL CONGRESO

Patricia Núñez Gómez

Profesora de Audiovisual y Publicidad (UCM)

María Abellán Hernández

Investigadora de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UCM)

CONSEJO EDITORIAL

Antonio Sarasa Cabezuelo (UCM), José Luis Sierra Rodríguez (UCM), Roberto de Miguel Pascual (URJC), Esther Monterroso Casado (UDIMA), Carmen Marta Lazo (UNIZAR), María Dolores Cáceres Zapatero (UCM), José Antonio Ruiz San Román (UCM), Roberto Gamonal Arroyo (Ciberimaginario – URJC), Juan José Perona Páez (UAB), Mercedes Quero Gervilla (UNED), Juan Salvador Victoria Mas (UMA), Estrella Martínez (UGR)

COORDINACIÓN PUBLICACIÓN

Rogerio García Fernández (UCM)

Karla Isabel de Souza (UNICAMP-Brasil)

COORDINACIÓN DE LÍNEAS TEMÁTICAS

Miguel Ángel Chaves (UCM)

María Dolores Arroyo (UCM)

Miguel Baños (URJC)

Pablo Garrido (UFV)

Luis Felipe Solano Santos (UCM)

Alfonso Gil Gil (UCM)

Pedro Gómez (UCM)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Verónica Dadalto (UNED)

Esta obra ha sido impresa por ICONO14 mediante el sistema de autopublicación de BUBOK PUBLISHING, S.L. para su distribución y puesta a disposición del público bajo el sello editorial BUBOK en la plataforma on-line de esta editorial.

BUBOK PUBLISHING, S.L. no se responsabiliza de los contenidos de esta OBRA, ni de su distribución fuera de su plataforma on-line. Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de la misma mediante alquiler o préstamo públicos.

TOMO 1

LA CIUDAD CONSTRUIDA: TEORÍA E HISTORIA 4

La Ciudad A Través De La Diplomacia

Elena Borau Boira 5

LA CIUDAD REPRESENTADA: CULTURA, ARTE MUSEOS, TEATRO Y CIUDAD

Comunicación Artística Performativa en el Espacio Público: Análisis Del Caso Idas y Venidas en Renfe

Pedro Alves; Mario Barro Hernández 18

El Sueño y La Pesadilla. El Paisaje Urbano Fotografiado por el Arte

Gema Pastor Andrés 28

La Integración del Arte y la Creatividad en Ciudades Antagónicas: Estocolmo y Nueva York

Paloma Diaz Soloaga 38

Lost in Translation Poéticas del Lugar: Identidad, Memoria y Exilio en la Ciudad Contemporánea

Denica Veselinova Sabeva 53

Arte: Germen de Energía Social

Virginia Arnet Callealta 66

La Búsqueda del Arte a Través de la Representación Creativa o Estática de la Ciudad...

Juan Gabriel Morales Quesada 81

Paisaje, Lugar y Memoria. Proyecto para un Jardín del Siglo XXI

Francisco Javier Gómez de Segura Hernández 97

Museos Creativos: Innovación Museística del Siglo XXI

Mónica Viñarás Abad; Raquel Caerols Mateo 107

El Litoral Marítimo de Gijón: Espacio Público, Forma y Materia

Ana Johari Mejía Robledo 120

Ex_Posiciones

Antonio Rabazas Romero 131

Territorios Sublimos. Monstruos En la Linde

Ignacio López Moreno 144

La Pintura Abstracta en Nueva York

Jorge Luis García Fabela 155

Uso del Arte de las Ciudades en las Ciudades. La Ciudad como Soporte Visual

Pablo M^a García Llamas; Javier Ruiz Sánchez 164

Creación de Imágenes Urbanas: La Arquitectura en el Espacio Cinematográfico

Ángel Sancho Rodríguez..... 176

La Pintura Abstracta en Nueva York

Jorge Luis García Fabela 188

Fotografía Infrarroja: Otra Realidad [Urbana] es Posible

David Gómez Lozano 197

La Periferia Creativa de las Ciudades. El Papel de lo Artístico en la Formación y Actualidad de la Metrópoli Parisina

M^a Del Pilar Aumente Rivas 207

Participación Ciudadana en los Espacios para la Ciencia

Ruth Carbajo García 223

Diálogo de Esculturas: Estética, Metáfora y Comunicación de la Escultura Monumental de la Plaza de la Moncloa de Madrid

María Dolores Arroyo Fernández 229

La Ciudad Devora Cultura: Fundamentos y Causas	
Alfonso González-Calero	239
El Consumo Cultural y las Ciudades. El Consumo de Cultura como Elemento Identitario y Motor Económico de las Ciudades del Siglo XXI.	
Isabel Rodrigo Martín; Luis Rodrigo Martín; M ^a Isabel Martín Requero	246
Nuevos Cines, Nuevos Espacios	
Beli Martínez Martínez	257
Cartografías Privadas. A Propósito de las Ciudades Explicadas por Calvino	
Domingo Campillo García	264
Las Formas de Creación Participativa Generadoras de una Nueva Identidad	
Flora Bacquellaine Vidal de Llobatera	275
Paisaje, Lugar y Memoria. Proyecto para un Jardín del Siglo XXI	
Francisco Javier Gómez de Segura Hernández	289
O Património Cultural Imaterial e seu Contributo para a Diferenciação Criativa e a Qualificação dos Destinos Turísticos. O Caso da Cidade de Almada na Região de Lisboa	
José da Cunha Barros	299

LA CIUDAD VIVIDA: VIDA COTIDIANA EN LA CIUDAD. LOS BARRIOS. EL ASOCIACIONISMO. SEGURIDAD, MOVILIDAD Y LIBERTAD

Vida Cotidiana en la Ciudad. Los Barrios. El Asociacionismo. Seguridad, Movilidad y Libertad. La Ciudad Creada por los Niños. La Experiencia de Los Presupuestos Participativos Infantiles en los Municipios Españoles	
Conchi Campillo Alhama	315
El Derecho al Barrio. La Participación Ciudadana en la Operación de Remodelación y Realojos de Barrios de Madrid	
Luis Moya González; Carlos Fernández Salgado	329
Madrid en la JMJ 2011: El Alma del Mundo	
Ana María Medina Heredia; Antonio Moreno Ruiz	342
La Participación Móvil en los Jóvenes de Poblaciones Vulnerables en Colombia	
Elias Said-Hung	353
Habitando las Infraestructuras. Las Infraestructuras Urbanas como Soporte de Actividades no Programadas en la Ciudad Contemporánea	
Jose Luis Muñoz Muñoz	366
Una 'Estética de la Reconexión'. Indiferencia y Aislamiento en las Grandes Ciudades Contemporáneas	
María Teresa Angulo Delgado	379
Los Servicios de Voluntariado en los Ayuntamientos: Ejemplo Práctico de Enlace para Nuevas Formas de Participación Ciudadana	
M ^a de Los Llanos O'Dogherty de la Riva	389
La Resignificación de la Ciudad a Través del Carnaval Medieval y el Movimiento 15M: Analogías Expresivas	
Rafael Timón Gómez; Vanessa García Guardia	398
El Imaginario del Sida: La Acción como Instrumento de Cuestionamiento en el Espacio Público	
Alfonso Baya Gallego; Alfonso Delrío Almagro	410
La Universidad como Elemento Rehabilitador de la Convivencia Ciudadana. El Caso de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Extremadura	
José Luis Garralón Velasco	421
El Ciudadano Socialmente Responsable	
Luis Felipe Solano Santos	448

LA CIUDAD TRANSITADA: POLÍTICAS Y ACTUACIONES DE TRANSPORTE Y LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN LA CIUDAD

Políticas y Actuaciones de Transporte y los Servicios Públicos en la Ciudad. A Educação para o Trânsito como Instrumento para a Construção de uma Sociedade Sustentável: O Exemplo da Cidade de São Paulo	
Josefina Giacomini Kiefer; Petra Sanchez Sanchez	456
La Creatividad en las Escuelas como Germen de la Ciudad Creativa	
Iván Cartas Martín	476
“Residuos” La Ciudad de Cine y Turismo	
Yolanda González Osuna	488

LA CIUDAD DEL MERCADO: INDUSTRIA, COMERCIO Y ECONOMÍA EN LA CIUDAD.

El Narcisismo del Centro Comercial	
Víctor Lope Salvador	497
Rutas Comerciales Urbanas de los Modelos de Feminización en la Cultura Visual Contemporánea	
Inmaculada Otero Carrasco	508
La Confianza como Motor de Crecimiento en las Ciudades	
Carlos del Val Merino	519
Clusters Comerciais Criativos Emergentes nas Cidades - O Quarteirão Miguel Bombarda	
Sara Joana Dias	533
Electroindependencia : Ciudades Consumidoras vs Productoras Electro-Independence: Producer vs Consumer Cities	
Francisco Javier Gayo Santacecilia	547
Cidades Criativas: Uma Proposta de Construção de Espaço Colaborativo para Desenvolver Ações de Economia Planejada	
Sidney Rodolfo De Souza	560

LA CIUDAD SILENCIOSA Y SONORA LA MÚSICA EN LA CIUDAD

La Opereta Como un Género de Ciudad: Fusiones e Intercambios en el Barón Gitano y Caballero Pásmán de Johann Strauss	
Alfonso Lombana Sánchez	567
Paisaje Sonoro: Un Patrimonio Cultural Inmaterial Desconocido	
Manuel Sánchez Cid; Basilio Pueo; M ^a Ángeles San Martín Pascal	581
Madrid, Soledad Sonora: Reflexiones sobre el Silencio, la Contemplación y la Espiritualidad en las Grandes Ciudades	
Aurelio del Portillo García	594
Live in the Living. Una Nueva Escena de Música en Directo en la Ciudad de Madrid	
Héctor Fouce	607

LA CIUDAD SOLIDARIA: LOS SERVICIOS SOCIALES EN LA CIUDAD

La Visibilidad y Promoción de los Servicios Sociales en el Ámbito Urbano de la Comunidad de Madrid	
Adolfo Baltar Moreno	615
El Imaginario Social del Sida: La Acción como Instrumento de Cuestionamiento en el	

Espacio Público	
Alfonso Baya Gallego	626
El Banco de Alimentos de Madrid se Transforma en una Ciudad con Calles Solidarias	
Mª Pilar Saura Pérez	634
Análisis de la Creatividad en los Mensajes Audiovisuales: Su Utilización por Parte de las ONG en Redes Sociales	
Miguel Baños González; Teresa C. Rodríguez García; Isidoro Arroyo Almaraz	647

LA CIUDAD LÚDICA: OCIO Y DEPORTE EN LA CIUDAD

Ciudad, Ocio, Noche, Jóvenes: Entornos de la Drogadicción	
Mercedes García Toribio	659

TOMO 2

LA CIUDAD IMAGINADA: CINE, LITERATURA Y CIUDAD

“City Placement”: Emplazamiento de Ciudades en el Cine (Análisis de Vicky Cristina Barcelona y el Turista)	
Alfonso Méndiz Noguero	671
Elogio y Significado del Descampado Urbano: Una Propuesta de Interpretación (A Propósito de Stalker)	
Javier Ruiz Sánchez; Pablo Mª García Llamas	694
Una Sinfonía Urbana Contemporánea: La Banda Sonora de Paris, Je T'aime	
Mónica Tovar Vicente	702
Ciudad, Distopía y Apocalipsis a la Sombra del Expresionismo Alemán	
José Miguel Viña Hernández	716
Wall•E y la Ciudad Sostenible del Futuro	
María Hernández Herrera	728
Configuración Visual de la Ciudad de México.	
María Margarita De Haene Rosique	743
La Literatura Como Recurso Turístico de la Ciudad De Madrid	
Natalia Gutiérrez-Colomer Ruiz	757
Belgrado Imaginada: Cine y Literatura en la Serbia Post Milosevic	
Ricardo Ruiz De La Serna	767
La Ciudad Periférica Paisajes Urbanos de Marginalidad en el Cine Español de la Transición	
Juan Carlos Alfeo Álvarez; Beatriz González De Garay Domínguez	777
La Estética Sensible El Proceso De Construcción Del Sujeto	
Maria José Barbosa	799
Los Pecados de la Gran Manzana: Se7en y la Decrepitud Moral de la Ciudad	
Laura Fernández Ramírez	807
La Esquina de Spring con Broadway (NY) en el Cine de Win Wenders: Metáfora Fílmica de la Experiencia Límite	
Lorena Amorós Blasco	816
Espacios Recreados: Roma a Través del Cine Italiano	
Daniel Esguevillas Cuesta	824
El Movimiento Ciudadano 15M como Agente del Cambio de Paradigma Cultural	
Paloma Fernández Fernández	832

LA CIUDAD IMAGINARIA: VIDEOJUEGOS, CÓMIC Y CIUDAD

La Ciudad Estratégica: Propuestas Urbanas en los Juegos de Simulación Estratégica On-Line. Pedro J. Gómez Martínez	841
La Imagen Urbana a Través del Videjuego: Londres M ^a Aránzazu Pérez Indaverea; M ^a Lourdes Pérez Indaverea	849
El Vértigo Dinámico: Relación Figura – Fondo en el Paisaje Urbano del Cómic de Superhéroes Diego Pérez Galindo; Áurea Muñoz Del Amo; Luz Marina Salas Acosta; Enrique Quevedo Aragón; Raúl Ruiz Mateos	862
Les Cités Obscures (La Tour): François Schuiten, Piranesi y la Ciudad Imaginaria Áurea Muñoz Del Amo; Diego Pérez Galindo	872
La Representación de la Ciudad en el Videjuego: Del Virtuosismo Gráfico al Compromiso Narrativo Mar Marcos Molano; Michael Santorum	884
Creando Ciudades con el Videjuego SIMCITY Creator. Una Manera de Diseñar la Realidad María Ruth García Pernía; David Herrero Martínez; Laura Méndez Zaballos	896
Cityville, la Traslación de la Ciudad Al Videjuego 2.0 Alberto Bernabé Sáez	910
Creación, Cómic y Música Marta Fernandez-Carrión Quero	921
La Ciudad Distópica como Paradigma Urbano en Cómic y Videjuegos Ruth García Martín	933

LA CIUDAD CREATIVA: TRADICIÓN, PERSONALIDAD E INNOVACIÓN EN LA CIUDAD

La Creatividad Publicitaria y las Corrientes Artísticas: Análisis de la Relación Entre la Publicidad, el Cartel Publicitario y las Vanguardias Artísticas en París Durante la Belle Epoque: Toulouse- Lautrec Martín Oller Alonso	947
Aplicación del Modelo de Gestión e Innovación en Alcalá De Henares: Oportunidad y Retos para el Emprendimiento en Documentación Digital y Contenidos Digitales Julio Alcolado Santos; Juan Carlos Marcos Recio	961
Ideas Versus Crisis. De Garaje a Farmacia en 48h Loreto Spá Vázquez; Ana M ^a Romero Iribas	975
Cidades de Pequenas Dimensões uma Estratégia para a Cidade da Covilhã, Portugal Joana Manteigueiro De Carvalho; María Candela Suárez; Jorge E. Ramos Jular	990
Rio com Gentileza: Ética e Humanização na Urbe Contemporânea Leonardo Caravana Guelman	1009
La Narración como Eje Creativo del Proyecto Urbano Marta de Miguel Zamora	1016

LA CIUDAD COMUNICADA: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA CIUDAD

La Dieta Infantil y Juvenil en los Escenarios Comunicativos Multipantallas. Diferencias Entre el Territorio Rural y Urbano Carmen Marta Lazo; José Antonio Gabelas Barroso	1025
Las Pancartas Tienen la Palabra: Eslóganes, Consignas y Lemas de los Indignados del 15-M Carlos Navarro Gutiérrez	1037
La Polémica de la Capital Cultural Europea a Través de la “Conversación” Mediática Alba Silva Rodríguez; Francisco Campos Freire	1047

El Endeudamiento de los Principales Grupos Mediáticos Europeos	
Manuel Goyanes Martínez	1056
Hybridism and New Identities: The Globalized Territories; The Human Subjectivity and the Nowadays Technocracy	
Inês Alves	1071
Educação Ambiental e Meios de Comunicação como Aporte a Nova Política Brasileira de Resíduos Sólidos	
Petra Sanchez Sanchez; Angela Shaun; José Estevão Favaro	1082
La Creación de Marcas- Territorio Peñíscola y el Papa Luna: La Puesta en Valor de una Figura Histórica	
Esther Arrizabalaga Méhu	1089
El 15M como Contexto Generador de Creación Digital: El Videoarte	
Xudit Casas; Rut Martínez; Pilar Lacasa	1108

LA CIUDAD HABITABLE: ARQUITECTURA Y URBANISMO DE LA CIUDAD

Influencia del Colegio de Corpus Christi de Valencia en la Transformación Urbana de su Entorno	
Carlos Lerma Elvira; Ángeles Mas Tomás; Mercedes Galiana Agulló	1120
Inhabited Bridges. As Pontes Muito Além dos Fluxos.	
Vera Magiano Hazan	1130
Jornada Q: Experiencias Creativas y Pensamiento Divergente Sobre la Ciudad Contemporánea	
María Carrascal Pérez; Plácido González Martínez; Pablo Sendra	1141
Las Ciudades Interiores: La Apropiación del Espacio Público, la Calle, en la Ciudad Contemporánea	
Elena Redondo Hernando	1155
Spatial Elaboration	
Anna Tweeddale	1169
Concepto y uso del Espacio Público en Actuaciones Residenciales de Periferia	
María Antonia Fernández Nieto	1182
La Función Simbólica y Social de los Edificios en la Reconstrucción de Haití	
Antón Álvarez Ruiz; Silvia Babsky Nadel; Ramón Valls Navascués	1203
Acupuntura Urbana: Propuestas Estratégicas de la Ciudad Informal	
Daniel Huertas Nadal	1212
Ciudades Para el Siglo XIX. Una Mirada Melancólica de la Urbe.	
Héctor Borrás Segarra	1229
Estrategia de Reactivación Residencial en Fener y Balat Neo-Kasbah en el Cuerno de Oro	
Rodrigo Rieiro Díaz	1243

LA CIUDAD SOSTENIBLE: SALUD, ECOLOGÍA Y CIUDAD

Una Eco-Aldea Rumo a la Posmodernidad	
Rafael Gué Martini	1291
A Contribuição da Linguagem da Animação na Sensibilização Ambiental	
Petra Sanchez Sanchez; Carlos Fonseca Vicente; Eliana Zaroni Lindenberg Silva; Norberto Stori; Henny A. B. Rosa Favaro; José Estevão Favaro	1300
El Hospital: Pequeña Gran Urbe Dentro de la Ciudad	
Elena Becerra Muñoz	1311
Bucaramanga: Imagen Saludable, Ciudad Sostenible	
Clara Janneth Santos Martínez; Eduard Bacca Marín	1327

Los Desafíos de las Ciudades: Cambio Climático, Eficiencia Energética y Tecnologías de la Información y la Comunicación a Través de la Innovación y la Creatividad. Transición de Pensamiento Hacia Ciudades Sostenibles e Inclusivas	
José Esteban Gabarda Balaguer	1342
Escribir-Dibujar-Deambular la Ciudad	
Enrique Barrera Martínez	1357
Gestión Urbana Sostenible. Un Nuevo Urbanismo Sostenible para las Ciudades Latinoamericanas	
Ricardo Adrián; Vergara Durán	1368
Implantação da Coleta Seletiva de Lixo na Cidade de Cosmópolis, São Paulo: Qualidade e Sustentabilidade	
Ana Cristina Siewert Garofolo; Tércia Zavaglia Torres; Fernando Aparecido Costa	1378
Adequação Ambiental e Legal das Áreas de Preservação Permanente (APP) do Corrego do Jacarezinho da Cidade de Paulínia, São Paulo	
Ana Cristina Siewert Garofolo; Tércia Zavaglia Torres; Aparecida Silva Dos Santos Carbone	1387

LA CIUDAD VIRTUAL Y REAL: TECNOLOGÍA Y CIUDAD

Ciudad Digital: La Tecnología al Servicio del Ciudadano en la Sociedad de la Información y del Conocimiento	
Claudia Regina Castellano Losso; Deborah Bernett; Gisley Francisco Baretta	1396
La Ciudad Fronteriza: Un Escenario Simbólico, Complejo, Multivariante, Diverso y Armonizado Desde el Enfoque de “Lean Thinking”	
Rafael Cañadas Martínez	1408
La Ciudad Virtual: Análisis de la Comunicación Institucional de las Capitales Europeas en Facebook	
Hipólito Vivar Zurita; Natalia Abuín Vences; Alberto García García; Raquel Vinader Segura	1417
Ciudadano/A 2.0	
Cesáreo Fernández Fernández - Zeynep Arda	1429

TOMO 3

LA CIUDAD SABIA: EDUCACIÓN Y CIUDAD

Biografía del Edublog: Historia de un Blog que Sintió Interés por la Educación	
José Francisco Durán Medina	1440
Los Metaversos como Micro Ciudades Digitales: Experiencias de Movilidad Virtual en el Espacio Académico América Latina-Caribeunión Europea Realizadas desde la Red Euroiberoamericana Ecaeva-Virtualcue	
José Bernardo Peña Arcila; José Antonio Ortega Carrillo	1457
Nuevos Medios, la Ciudad y la Construcción de Nuevas Sociabilidades. Una Mirada Foucaultiana para la Educación a Distancia	
Ademilde Silveira Sartori	1471
Cidade Criativa = Cidade Educadora: (Re)Descobrimdo Novas Trajetórias Educacionais Por Meio da Comunicação para a Mobilização Social	
Daniele Próspero	1477
El Municipio al Servicio del Maestro y del Docente	
José Javier Rodríguez Santos	1490

La Relación Entre el Fracaso Escolar y el Empleo en Las Ciudades Belén López Martínez; Francisco Javier Ramos Pardo	1502
El Compromiso Edu-Comunitario en las Ciudades Creativas. Experiencia de Prevención de Adicciones en la Localidad de Luque (Córdoba) Belén Quintero Ordóñez; José Antonio Ortega Carrillo	1532
La Formación a Distancia en Entornos Virtuales como Herramienta de Formación Ciudadana para los Retos de la Reingeniería Laboral en la Sociedad del Conocimiento Pilar Jiménez Martínez; José Antonio Ortega Carrillo ,,,...	1544

La Ciudad Educadora del Siglo XXI

Alhim Adonai Vera Silva	1560
Proposta Pedagógica Baseada em Colaboração Aplicada Num Curso EAD para Capacitação de Professores Mônica Cristina Garbin; Sergio Ferreira Do Amaral; Carlos Otávio Schocair Mendes; Lana Paula Crivelaro	1569
Entre lo Virtual y lo Real: La Tecnología y la Ciudad Como una Oportunidad y un Desafío para la Educación del Futuro Isabel C. Viana; Ricardo J. Machado; Miguel A. Brito	1580
A Comunicação Globalizada entre as Cidades Utilizando-se a Videoconferência para a Educação Superior Gilberto Oliani; Elisabete Monteiro de Aguiar Pereira	1591
Escuelas en Europa en El Siglo XX: Algunas Ideas Sobre Pedagogía y Arquitectura. Beatriz Villanueva Cajide; Lorenzo Barnó Y Francisco Javier Casas Cobo	1605
La Ciudad Sabia: Poder, Religión y Sabiduría en China Durante la Dinastía Zhou Ricardo Ruiz De La Serna	1620
¿Son Más Creativos los Alumnos de Profesores con una Actitud Positiva Hacia La Creatividad? Actitudes de Los Profesores y su Influencia en el Desempeño Creativo de los Alumnos Alfonso-Benlliure, V; Valadez, Huizar, M.	1626

LA CIUDAD VISITADA: TURISMO Y CIUDAD

Realidad Aumentada y Geoposicionamiento: Una Nueva Alternativa para el Ocio Cultural David Ruiz Torres	1638
La Competitividad del Destino a Través de la Lente de la Promoción: Huelva la Luz y Huelva Más Allá Cinta M ^a Cano Figueroa	1647
Ruta de Miradores. Red de Espacios Públicos de Loja Jose Luis Muñoz Muñoz; Tomás García Píriz	1661
La Tradición como Reclamo Turístico. Caso Vilafamés Lorena Berzosa Adrián	1673
La Construcción de la Barcelona Turística y de Ocio en la Web 2.0 Elsa Soro	1684
Eventos y Ciudad: Los Eventos como Elementos Clave Para La Proyección Territorial Estela Bernad Monferrer	1712
El Edificio Icónico Como Comunicador de la Arquitectura Contemporánea. Estudio de las Repercusiones Sociales del Edificio Icónico a Través de a Casa da Música de Porto Beatriz Villanueva Cajide; Francisco Javier Casas Cobo; Agnieszka Stepien	1723

LA CIUDAD IDENTITARIA: IDENTIDAD E IMAGEN DE MARCA DE LA CIUDAD

La Estrategia Comunicativa y de Marca de la Candidatura de Madrid a Los Juegos Olímpicos de 2016	
Carmen Llovet Rodríguez	1745
Ciudades De Marca. De la Alta Costura al Prêt-À-Porter	
Enrique Naranjo Escudero	1759
De Antiguo Puerto a Nuevo Barrio: La Reconversión de Puerto Madero (Buenos Aires)	
Jimena Ramírez Casas	1773
Ciudades Comunicadas y Comunicadoras Para el Bienestar Ciudadano	
Esmeralda Villegas Uribe	1789
Identidad e Imagen de Marca en Internet de la Ciudad De Zamora (España)	
Pablo Garrido Pintado	1801
Documentar La Ciudad	
René Palomino Rodríguez	1812
La Expresión de la Ciudad A Partir de sus Logos Expression of the City From its Logos	
Carmen Llorente Barroso; Ángel Bartolomé Muñoz De Luna	1819
Concepto de Casa Entendida Por el Usuario, Problemática de la Identificación con la Imagen de La Vivienda	
Eva Iszoro Zak	1832
Paisaje Lingüístico de una Ciudad de Sesenta Mil Habitantes: Cuenca a Través de sus Carteles	
María Ángeles Chaparro Domínguez	1846

LA CIUDAD ACCESIBLE: INTEGRACIÓN DE LOS DISCAPACITADOS EN LA CIUDAD

La Ciudad de Bilbao y la Discapacidad. Ocio y Adaptación para Discapacitados Físicos	
Oscar Eduardo Águila Rojas; Juan Carlos Águila Coghlan	1859

LA CIUDAD IGUALITARIA: GÉNERO Y CIUDAD

El Género en el Madrid de la Movida	
Clarissa González	1881

LA CIUDAD HEREDADA: PATRIMONIO Y CIUDAD

Un Vacío Lleno de Vida: Funcionamiento de los Espacios Abiertos de la Macarena	
Minerva Parra-Peralbo; Pablo Montero Baena	1896
La Creación de Marcas-Territorio Peñíscola y el Papa Luna: La Puesta en Valor de una Figura Histórica	
Esther Arrizabalaga Méhu	1911
Paisarte. De Contenedor Patrimonial a Huella Invisible	
Virginia Arnet Callealta	1919
Paisaje en Tránsito una Aproximación al Paisaje Contemporáneo a Través del Laboratorio 10+1 Dmlc. Distrito Minero Linares-La Carolina. Jaén	
Enrique Larive López; María Victoria Segura Raya	1933
Estrategias de Gestión del Patrimonio Arquitectónico en La Ciudad. El Caso del Obispado de Alcalá De Henares	
Miguel Ángel Sánchez Blázquez; Óscar Caselles Morte	1944
Comunicação e Património Mundial Nos Centros Históricos Urbanos: Os Exemplos de Porto e Santiago De Compostela	
Aurora García González; Artur Filipe Dos Santos	1956

Sensibilización, Valoración e Intervención del Patrimonio Urbano Arquitectónico de Pamplona, Mediante Metodología de Diseño Participativo	
Huber Giraldo Giraldo; Cesar Parra; Victoria Sarmiento Henao	1965
Ausencias Presentes y Presencias Ausentes en La Ciudad	
Joaquín C. Ortiz de Villajos Carrera	1980
Un Vacío Lleno de Vida: Funcionamiento de los Espacios Abiertos de La Macarena	
Minerva Parra-Peralbo; Pablo Montero Baena	1993
El Viaje al Centro. La Recuperación del Tejido Industrial Obsoleto de La Ciudad Contemporánea	
Enrique Naranjo Escudero	2008

Simbolismo y Transformación del Paisaje Urbano en el Programa de Escultura Monumental de Roma Capital	
Miguel Ángel Chaves Martín	2025

LA CIUDAD 2.0: REDES SOCIALES Y CIUDAD

Ciudad 2.0, Nuevas Tecnologías y Envejecimiento Activo: Modelo De Prevención de La Dependencia en Mayores para La Ciudad de Alcalá de Henares.	
Julio Alcolado Santos; Raquel López Carrasco	2039
Comunidades Virtuales y Publicidad	
Lourdes Sánchez Martín; Estrella Martínez Rodrigo	2054
Actividades Artísticas en Red y en HBBTV para la Diversidad Funcional	
Montserrat Rodríguez Herrero	2063
Las Redes Sociales Como Herramienta de Transparencia de la Información: El Caso del Ayuntamiento de El Puerto de Sta. Maria	
Rafael Serrano Rodríguez	2075
La Marca Digital	
María Luisa García Guardia; Carmen Llorente Barroso; Patricia Núñez Gómez	2088

ACTAS
II CONGRESO INTERNACIONAL DE
CIUDADES CREATIVAS

Dirección

Francisco García García

Coordinación

Rogerio García Fernández



Revista científica

ICONO14

Actas Científicas

ISBN: 978 -84-939077-6-1

DIRECTOR

Francisco García García

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UCM)

COORDINACIÓN GENERAL

Rogerio García Fernández

Investigador de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UCM)

SECRETARÍA DEL CONGRESO

Patricia Núñez Gómez

Profesora de Audiovisual y Publicidad (UCM)

María Abellán Hernández

Investigadora de Comunicación Audiovisual y Publicidad (UCM)

CONSEJO EDITORIAL

Antonio Sarasa Cabezuelo (UCM), José Luis Sierra Rodríguez (UCM), Roberto de Miguel Pascual (URJC), Esther Monterroso Casado (UDIMA), Carmen Marta Lazo (UNIZAR), María Dolores Cáceres Zapatero (UCM), José Antonio Ruiz San Román (UCM), Roberto Gamonal Arroyo (Ciberimaginario – URJC), Juan José Perona Páez (UAB), Mercedes Quero Gervilla (UNED), Juan Salvador Victoria Mas (UMA), Estrella Martínez (UGR)

COORDINACIÓN PUBLICACIÓN

Rogerio García Fernández (UCM)

Karla Isabel de Souza (UNICAMP-Brasil)

COORDINACIÓN DE LÍNEAS TEMÁTICAS

Miguel Ángel Chaves (UCM)

María Dolores Arroyo (UCM)

Miguel Baños (URJC)

Pablo Garrido (UFV)

Luis Felipe Solano Santos (UCM)

Alfonso Gil Gil (UCM)

Pedro Gómez (UCM)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Verónica Dadalto (UNED)

Esta obra ha sido impresa por ICONO14 mediante el sistema de autopublicación de BUBOK PUBLISHING, S.L. para su distribución y puesta a disposición del público bajo el sello editorial BUBOK en la plataforma on-line de esta editorial.

BUBOK PUBLISHING, S.L. no se responsabiliza de los contenidos de esta OBRA, ni de su distribución fuera de su plataforma on-line. Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de la misma mediante alquiler o préstamo públicos.

II Congreso Internacional Ciudades Creativas

Francisco García García (UCM) - Director
Rogerio García Fernández (UCM) - Coordinador

Organizado por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y la Asociación Científica Icono14, el II Congreso Internacional de Ciudades Creativas aborda las acciones innovadoras que llevan a cabo agentes públicos y privados, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, empresas y ciudadanos nacionales e internacionales, artistas y colectivos; en fin, todos aquellos que de algún modo intervienen creativamente en la construcción de lo que llamamos ciudad.

Recogemos en este Segundo Congreso el concepto de Ciudad Creativa con el que iniciábamos el primero, donde considerábamos a las ciudades como una de las grandes manifestaciones del ser humano: Son espacios elegidos para vivir y para vivir de una manera determinada. La ciudad es la cristalización de la actividad creativa del hombre, la solución a los problemas que surgen en el vivir cotidiano y la expresión de las acciones humildes y egregias de la cultura humana. Es contenido y continente, es actividad y descanso, es lugar de encuentro y punto de partida, es soledad y muchedumbre, es bullicio y silencio, es estrellas sobre los tejados. Está ligada al desarrollo humano. En ella confluyen la actividad de todas las ciencias y el sentido de todas las miradas. Es un ejercicio constructivo de la creatividad fluida, flexible y plural. Para avanzar le pide al hombre que la habita, imaginación, trabajo, gestión, coherencia, interactividad, espíritu colaborativo, solidaridad y alegría. Los edificios públicos, las escuelas, los hospitales, las grandes avenidas, los rincones íntimos, las altas torres, los mercados, las iglesias, las plazas, los parques, los puntos de encuentro, los ayuntamientos, los cines, los teatros, los estadios, las calles, las casas, los museos, los bares, las librerías, los restaurantes, el metro, los quioscos, los transportes, las tiendas, la gente... la ciudad, serán el foco de nuestras miradas en este II Congreso Internacional de Ciudades Creativas.

Para incentivar y difundir las acciones creativas, inventivas y originales presentadas, se invita a ciudades españolas e internacionales para que den a conocer sus proyectos más creativos, cómo los han ideado y desarrollado, cuáles han sido sus resultados. Nuestro objetivo es propiciar la sinergia de las acciones de grandes y pequeñas ciudades tanto en el ámbito nacional como internacional, contribuir con la agenda de ONU-Habitat y la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO para difundir la creatividad de diferentes proyectos urbanos.

En términos de novedades, esta segunda edición del Congreso pasa a contar con la presencia de sedes virtuales, nacionales e internacionales. También cambia la forma y el modo en que se tratarán las comunicaciones y su publicación, con evaluación previa por pares de ciego, utilizando el sistema DOI1 (Digital Object Identifier) y con publicación editorial en Icono14.

El II Congreso Internacional de Ciudades Creativas abre su participación a los grupos de investigación, a los profesionales y a los investigadores especializados en temáticas relacionadas con la creatividad y las ciudades, a las empresas, a las administraciones públicas, a los organismos e instituciones y a los estudiantes universitarios. Todos los ciudadanos que estén interesados en el conocimiento de los espacios de las ciudades y su uso creativo, pueden presentar propuestas a través de las líneas temáticas.

TEXTOS COMPLETOS



LA CIUDAD CONSTRUIDA

Teoría e Historia de
las ciudades.



LA CIUDAD A TRAVÉS DE LA DIPLOMACIA

Elena Borau Boira

Investigadora en la Universidad Complutense de Madrid

Resumen

Así como la diplomacia ha ido adaptándose a las circunstancias y evolucionando ante el conflicto para dar soluciones a los problemas internacionales, la ciudad ha facilitado enormemente el desarrollo social del hombre, convirtiéndose en la cristalización de su actividad creativa. Por este motivo, queremos poner de relieve la importancia que dicha evolución ha ido teniendo en ambos ámbitos, para llegar a convertirse en las eficaces herramientas que son hoy en día. El

paralelismo entre la forma en que la ciudad y la diplomacia han ido evolucionando hacia formas menos ostentosas y más prácticas, es evidente. La presente propuesta se basa, por tanto, en el estudio de la ciudad a través de la diplomacia y de la evolución que ha ido experimentando a través del conflicto en la política internacional, para dar solución a los problemas surgidos a lo largo de la historia.

Palabras clave

Diplomacia, Ciudad, Protocolo, Evolución, Conflicto, Sociedad.

Abstract

Just as the diplomacy has been adjusted to background and improving of the conflict to give solutions for public affairs, the city is crystallization of the men's creative activity, and it has provided its social development. For this reason, we want to emphasize the evolution in both fields, to become in the actual efficient tools as they are today. The parallelism between

the way of the city and the diplomacy have improved to less ostentatious systems, is obvious. This proposal basis in the study of the city through the diplomacy and the evolution that has experimented through the conflict in the international politics to give solutions for the problems emerged through the history.

Key words

Diplomacy, City, Protocol, Evolution, Conflict, Society.

Introducción

La diplomacia es una de las artes más antiguas del mundo, que ha jugado un papel esencial en el buen desarrollo de las relaciones internacionales y por ello está tan íntimamente relacionada con la esencia de una ciudad, su valor, su historia y sus raíces. En el pasado, las ciudades se levantaban en enclaves específicos para poder protegerse de los enemigos, con grandes murallas y enormes muros de contención que hacían de las ciudades solemnes fortalezas, casi infranqueables. Asimismo, la figura del diplomático nació en nombre de su monarca absoluto, no de su país, quien le nombraba personalmente y en ocasiones, sus funciones derivaban en espionaje, intriga e incluso corrupción. La diplomacia marca la imagen de un país frente al mundo y por lo tanto, cualquier ciudad con ciertos requisitos, debería estar a la altura de las circunstancias exigidas por su política internacional.

A lo largo de este trabajo, desarrollaremos el paralelismo que existe entre la evolución de la ciudad y de la diplomacia, hacia formas menos ostentosas y más prácticas. A través del estudio pormenorizado de la ciudad medieval, iremos viendo cómo ha sido esta evolución y lo que representa la ciudad de hoy en día. Asimismo, tras un breve pero riguroso análisis de los orígenes de la diplomacia, podremos vislumbrar su evolución ante la historia, y cómo en ambos casos este desarrollo ha ido hacia formas más prácticas, menos ostentosas y dirigidas a dar soluciones a la sociedad de hoy en día.

Objetivos

Demostrar la correlación que existe entre el desarrollo de la diplomacia y de la ciudad hacia formas menos ostentosas para dar soluciones actuales y un mejor servicio a la sociedad.

Metodología

Para poder desarrollar bien el contenido de este trabajo, lo hemos dividido en dos partes, por un lado el origen y la historia de la diplomacia, y por el otro, el desarrollo de la ciudad medieval, como ejemplo de esta evolución para llegar finalmente a determinar un paralelismo en la evolución de ambos términos.

La fundamentación teórica abarca desde los orígenes del protocolo internacional y la diplomacia hasta la actualidad, analizando el papel que ambas disciplinas desempeñan en el mundo. Sustentándonos en el marco teórico de la comunicación, para la realización de este estudio teórico o básico, se ha consultado la bibliografía completa del protocolo y ceremonial publicada en España por autores europeos, hasta el 2010.

El presente artículo comienza con un análisis de sus orígenes, en donde contextualizaremos la materia, para llegar al estudio pormenorizado de la diplomacia, a día de hoy. Este mismo esquema lo aplicaremos para el estudio de la evolución en las ciudades y demostrar, de esta forma, el posible paralelismo que ofrecen ambos ámbitos.

Nuestra base, por tanto, serán las ciencias humanas y ciencias sociales, ya que se trata de estudiar la evolución de dos ámbitos tan sociales como la ciudad y la diplomacia, en constante relación con el ser humano.

1. Marco Teórico

1.1. Historia y evolución de la diplomacia

La diplomacia se sitúa en el plano de las relaciones internacionales, por lo que únicamente se da entre sujetos de Derecho Internacional, es decir, entre Estados y organizaciones internacionales. El segundo elemento, el de la negociación, busca acomodar objetivos políticos divergentes mediante el alcance de compromisos mutuos. Esta idea lleva implícita la resolución pacífica de conflictos, característica esencial de la diplomacia. El derecho internacional se constituye como un conjunto de normas jurídicas de gran importancia pero se encuentra limitado por la ausencia de una autoridad que exija su cumplimiento. Por este motivo, suele decirse que la diplomacia y la negociación comienzan cuando termina el derecho y que al negociador no le conviene confiar excesivamente en él. Sin embargo es fundamental a la hora de enmarcar un proceso de negociación, para evitar un mal mayor: el conflicto.

Es en la polis griega donde surge el término diplomacia, derivado de diploma, que era la carta de presentación e instrucciones que llevaban la persona que tenía encomendada una misión cerca de otra.

El envío temporal de emisarios continuó durante toda la Edad Media para solucionar problemas territoriales o negociar alianzas matrimoniales, recurso útil para construir fuertes y extensos reinos. Desde el principio de los tiempos, a estos enviados temporales que desarrollaban funciones consideradas diplomáticas se les rodeaba de cortesía y ayudas que facilitaban su labor, ya que ésta era fuente de honores sagrados y responsabilidades. Esa antigua costumbre pasó a ser más tarde observada como una regla de obligado cumplimiento.

La aparición del Renacimiento en Europa representó el momento más floreciente de la Edad Moderna. Es el momento en el que suele situarse la aparición de lo que luego se ha llamado el Estado Moderno. Por entonces aparece la idea de que a un príncipe se le juzgaba del mismo modo que a una ballesta por las flechas que dispara, por los hombres que enviaba como sus representantes a los estados extranjeros. Al acabarse la Edad Media, el Estado moderno pudo haber prescindido de las embajadas y haberlas sustituido por otros medios de relación. No sólo fue así, sino que la diplomacia avanzó un importante paso en su evolución y aumentó de modo ingente en su aplicación, modos y resultados. La diplomacia accidental de la Edad Media se convirtió durante la época renacentista en una pieza del engranaje del Estado, en una red de acción en el exterior y en un medio de información permanente, un instrumento de obligado manejo por los monarcas, pero que requería habilidad y maestría. Por tanto, la diplomacia ocasional pasó a ser permanente, de itinerante a residente. En eso consistió el inicio de la época de las embajadas permanentes y residentes, en que precisamente desde entonces la diplomacia vive todavía hoy.

Hoy en día, los diplomáticos residentes en el extranjero representan a su Jefe de Estado, y es a éste a quien se rinde pleitesía con esos honores y deferencias justificadas en el respeto que se debe a la dignidad e independencia de un Estado soberano.

En nuestro caso, la España moderna y contemporánea dio lugar a la diplomacia española actual, tal y como apunta Ochoa (2001:77): “Don Fernando fue uno de los grandes monarcas que pusieron las bases de la diplomacia europea”.

A finales del S. XV, Fernando el Católico extendió su red de embajadores por Europa. Las estableció en la Santa

Sede, en el Imperio, en Inglaterra, en Francia, en Venecia, en Génova, en Portugal. Las principales cortes de su tiempo, tuvieron ya, a partir de entonces, un representante español. A través de ellos, los Reyes Católicos podían fraguar sus alianzas, concertar los enlaces matrimoniales que serían la base de una amplia política dinástica, tramitar sus ambiciosos proyectos políticos europeos y llevarlos a cabo con éxito, extender la noticia de sus victorias y aumentar su prestigio exterior.

A lo largo de los siglos, varios autores han analizado los diferentes aspectos de la palabra diplomacia coincidiendo todos ellos en dos elementos comunes: su campo de actuación en la esfera internacional y la idea de negociación pacífica. La diplomacia se sitúa en el plano de las relaciones internacionales, por lo que únicamente se da entre sujetos de Derecho Internacional, es decir, entre Estados y organizaciones internacionales. El segundo elemento, el de la negociación, busca acomodar objetivos políticos divergentes mediante el alcance de compromisos mutuos. Esta idea lleva implícita la resolución pacífica de conflictos, característica esencial de la diplomacia.

Actualmente, la función esencial del diplomático en la sociedad internacional radica en crear unas condiciones sociales especiales que posibiliten una coexistencia pacífica entre Estados. Esta conclusión nos lleva a definir la diplomacia actual como la manera de conducir los asuntos exteriores de un sujeto de Derecho Internacional utilizando medios pacíficos y principalmente la negociación. López (2006:23).

En la gestión de estas negociaciones, los Estados y organismos internacionales recurren a órganos especializados. El más destacado es la Misión Diplomática. La diplomacia de un país se desenvuelve también a través de los jefes de Estado, ministros de Asuntos Exteriores y delegados en Conferencias Internacionales. Las misiones diplomáticas se multiplican continuando con sus funciones de representación, observación y negociación. A través de ellas se cursan todas las comunicaciones entre gobiernos. Además, aumentan su campo de trabajo, ya que han de preparar las reuniones y negociaciones técnicas en las que participe su país, además de mantenerse informadas sobre la situación existente en el seno de una organización internacional de la que su Estado es miembro.

Las primeras organizaciones internacionales surgen en el siglo XIX como respuesta a una situación global de violencia e injusticia, otra vez, el conflicto sigue marcando el ritmo del protocolo y la diplomacia en el mundo. Estas organizaciones responden a una cooperación voluntaria entre gobiernos con la intención de evitar nuevas y cruentas confrontaciones que inundan el mapa europeo con un altísimo índice de pérdidas humanas y destrucción.

Aunque el marco que engloba las relaciones internacionales se ha ido modificado considerablemente, la esencia de la diplomacia continúa exacta: los Estados soberanos e independientes tratan de impedir que la fuerza y la injusticia desestabilicen sus relaciones internacionales.

1.1.1. Bruselas: ciudad diplomática por excelencia

La capital belga constituye un buen ejemplo del por qué esa necesidad de adaptar el protocolo tradicional a las exigencias del mundo moderno, de hacerlo más simple, más práctico, menos formal, más funcional y mucho menos costoso que en el pasado.

La capital del reino de Bélgica y hoy capital virtual de la UE, con un posible y normal aumento futuro de sus responsabilidades como sede de esta organización supranacional, constituye un centro multitudinario de cancillerías y oficinas de naturaleza diplomática. Ello ha requerido, con rapidez y orden, el establecimiento de un protocolo

flexible, adaptable, moderno y perfectamente ajustado a una situación tan particular y novedosa.

Desde mediados de los 50, el asentamiento y desarrollo de organizaciones internacionales de gran envergadura en Bruselas no ha dejado de interrumpirse. Con la firma del Tratado de Roma en 1957, creando la CEE, que fijó su sede en la capital belga, las actividades internacionales y las responsabilidades diplomáticas de su Ministerio de AA.EE., con la apertura de seis cancillerías hincales (Alemania, Francia, Italia, Países Bajos, Luxemburgo y Bélgica), experimentaron ya un cambio sustancial. Sin embargo, el escenario de la política exterior belga no había alcanzado todavía su punto de inflexión, que posteriormente se ha ido elevando con las incontables obligaciones y funciones diplomáticas que poco a poco han ido incorporándose a sus primeros trabajos.

En 1996, fue la OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte), creada en 1949 y cuya sede inicial fue París, la que se trasladó a Bruselas. Este cambio de sede se debió a la decisión tomada por el General De Gaulle de retirar Francia de la organización militar por discrepancias con EE.UU.

Hoy 19 países miembros de la OTAN tienen abierta una misión diplomática ante la Organización, junto a la bilateral ante el Gobierno belga. Más tarde fue la UEO (Unión Europea Occidental), radicada en un primer momento en Londres, que igualmente trasladó su sede a Bruselas. Hoy en día, los países miembros de la OTAN son: Alemania, Bélgica, Bulgaria, Canadá, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, EE.UU, Estonia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania y Turquía. Nació para convertirse en el componente defensivo de la actual UE, lo que no ha llegado a lograr, no sólo por el interés de Washington en mantener a la OTAN como la pieza clave en el dispositivo defensivo europeo y a la que maneja a su antojo, sino también por la propia incapacidad de la UE en definir con precisión y rotundidad su exclusiva política de defensa sin el concurso norteamericano.

Bruselas cuenta con cerca de 170 embajadas bilaterales acreditadas ante el Rey de los belgas. Pero, como al mismo tiempo alguno de estos países tiene acreditado un Embajador con carácter exclusivo ante la UE, el número de representaciones diplomáticas en la capital crece con facilidad. Y es el protocolo de su Ministerio de AA.EE. el que debe hacer frente a toda esa ingente actividad diplomática y protocolaria que diariamente se produce, aunque a veces las organizaciones internacionales con sede en la capital le ayuden de forma muy limitada, a través de sus Servicios de Protocolo, en actos de mutua responsabilidad. La burocracia comunitaria, por lo tanto, no sólo es muy numerosa sino también muy internacional, ya que los funcionarios que abundan en sus calles, proceden de todos los rincones de Europa y del mundo entero.

En Bruselas existen, por consiguiente, cuatro cuerpos diplomáticos diferentes que efectúan funciones separadas: el que se ocupa de las relaciones con la Corte belga, llamado en el mundo diplomático, el bilateral; el que actúa ante la UE; el que atiende las reuniones de la OTAN y el acreditado ante las autoridades de la UEO.

Esto hace que la comunidad diplomática instalada en Bruselas sea la más numerosa del mundo, mayor de la que pueda tener Nueva York, París o Ginebra. Se calcula en más de 70.000 personas las que gozan de privilegios o inmunidades, aunque éstas sean de distinto tenor. Si además de toda esta multitud de personas que desempeñan funciones diplomáticas o relacionadas con tareas de cancillería, se tienen en cuenta otras que, careciendo de carácter oficial, son parte asimismo de trabajos vinculados a las actividades de la UE, la cifra de esta burocracia internacional se dispara hasta cifras elevadísimas. López (2006:68).

Para paliar en alguna medida la actividad incesante a la que se ven sometidos los Servicios de Protocolo del Minis-

terio de AA.EE. belga se han introducido algunas medidas que buscan la mejora de esta situación. Así, los nuevos Embajadores, a su llegada al aeropuerto belga, no son ya recibidos ni saludados por un funcionario de protocolo. Al día siguiente de su llegada, el Jefe adjunto de estos servicios se persona en la residencia del Embajador, le da la bienvenida y concierta la visita con el jefe de Protocolo. En la presentación de las Cartas Credenciales al Rey belga, también por los mismos motivos, el Ministro de AA.EE., en contra de la normal costumbre protocolaria, no asiste a la ceremonia. Así, se le descarga de una labor en el fondo burocrática que le exige trasladarse a Palacio casi de modo diario y le impide desempeñar por completo su siempre apretada agenda de actividades.

Claramente y como señala Chávarri (2004:56), “las circunstancias van impulsando al protocolo moderno hacia una obligada funcionalidad y una adecuada simplicidad”. Y es que, en un mundo cada vez más globalizado en el que se da un enorme intercambio de información, el protocolo debe aplicar métodos más descargados de efectos ceremoniales inútiles, sin que ello suponga una pérdida de su identidad nacional, en especial en los países monárquicos, más apegados a unas particularidades de raíces históricas. Ha de reflejar las nuevas realidades del mundo internacional y para ello lo mejor es dejar de ser estático y reforzar su carácter dinámico, sobre la base de respetar las prácticas ajenas y la reciprocidad en el ámbito internacional.

Si en el orden interno de los países existe una ley nacional soberana y de inexorable cumplimiento, en el mundo internacional la norma de derecho consuetudinaria o contenida en el texto de tratados internacionales firmados por una gran mayoría de países y que constituye el llamado derecho de gentes o común, carece de un poder ejecutor que obligue a su inmediato cumplimiento o sancionador en caso contrario.

De esta forma, el país infractor de las llamadas reglas del juego internacional, tratándose de uno de los grandes países, quedará en general libre de penas o sanciones si se niega a cumplirlas en el caso de que le sean impuestas. Sólo los pequeños países o aquellos faltos de apoyos o alianzas que patrocinan los grandes serán imputados y sancionados de alguna manera.

1.2. La Ciudad

La ciudad, desde el punto de vista social, es cualitativamente diferente del medio en el que se desarrolla. Ofrece una estructura social más compleja, relaciones entre los hombres más diversos y muchas más ocasiones de encuentro y de contacto. De esta forma, hay dos aspectos de la vida social en medio urbano que merecen nuestra atención: la transformación social, porque la ciudad es un organismo que intensifica y facilita las relaciones entre los hombres, y la concentración o aglomeración de características sociales heterogéneas, porque dicha transformación es imposible sin aglomeración urbana.

La ciudad se puede concebir perfectamente como un modo particular de relaciones entre los hombres, es más fácil identificar el fenómeno en la vida corriente que delimitarlo en una definición que sea capaz de dar cuenta de él de forma general. Aquí, de acuerdo a lo que comenta Dutour (2004:27), “Se impone la constatación que domina la reflexión de quienes se interesaron por el fenómeno urbano, desde Aristóteles en el S. IV antes de nuestra era, hasta Louis Wirth veinticuatro siglos después: en la ciudad los hombres se concentran en un espacio restringido; de ahí que las posibilidades que tienen de entablar relaciones entre ellos se vean aumentadas y a la vez modificadas”.

La Real Academia Española (<http://www.rae.es>) la define como: “Conjunto de edificios y calles, regidos por

un ayuntamiento, cuya población densa y numerosa se dedica por lo común a actividades no agrícolas”. Por su parte, el diccionario Larousse, (<http://www.larousse.com/es>) la define como: “Una aglomeración donde la mayoría de los habitantes están ocupados en el comercio, la industria o la administración”. Ambas definiciones son el ejemplo de un concepto de ciudad propio de los tiempos industriales, elemento a tener muy en cuenta pero sólo con él no basta.

Por ello, estamos de acuerdo con Eisenstadt (1986:99) cuando define ciudad como “la forma más compleja de interdependencia entre los hombres, cuya aparición es, después de la agricultura sedentaria, uno de los grandes hitos de la historia”. Desde esta perspectiva, se le define como una aglomeración de hombres que desempeña papeles que la hacen distinta del campo y que van acompañados de particularidades sociales, entre los que se hallan siempre la reunión de individuos socialmente heterogéneos, y a veces, un régimen jurídico particular.

Distintas épocas y distintas civilizaciones han tenido un concepto distinto de ciudad, tanto es así que en ciertas épocas se consideraron ciudades las aglomeraciones cuyos habitantes, en su mayoría, vivían del trabajo de la tierra. Ejemplos como la Grecia antigua, la Edad Media y uno de nuestros días, corroboran esta afirmación.

La ciudad va evolucionando hasta ser un poder local procedente del señorío y el centro de un territorio. En este marco de organización señorial, es donde los habitantes piden, negocian y obtienen los reajustes necesarios de sus obligaciones. En él igualmente algunos habitantes quedan asociados de distintas formas al ejercicio del poder señorial. De este modo se van consolidando ciertas autonomías locales, urbanas y rurales. Se trata de la evolución de los poderes con una base local que caracteriza la Europa antaño carolingia.

Con el desarrollo urbano nace también lo que se designa en la nomenclatura social de hoy en día con el nombre de “clases medias”. En efecto, entre los pequeños y los grandes están todos los demás, y en la evolución de su nombre, de su destino y de su posición social se observan cambios considerables. Tan pronto como los ciudadanos fueron accediendo a las élites y a las ciudades se fueron convirtiendo en poder (es decir, en señoríos colectivos), ciudadanos y ciudades participaron en estas formas de relaciones sociales.

Los tiempos medievales, y después los industriales, experimentan una evolución social que transforma un mundo rural en un conjunto sociedades de las que la ciudad es el horizonte. El desarrollo urbano tiende a ejercer una influencia sobre una parte, primero mínima y durante mucho tiempo limitada pero constantemente creciente, de las actividades sociales, de las poblaciones y de los espacios que éstas ocupan. Esta influencia, su crecimiento y los mecanismos de su generalización sólo se pueden percibir con la condición de ver la ciudad como fenómeno social. La ciudad de los tiempos medievales e industriales constituye un hecho social que tiende a darse por todas partes.

1.2.1. La ciudad medieval

Explorar la ciudad medieval es preguntarse sobre las relaciones de unos hombres con otros, sobre la razón de ser de esas relaciones y sobre la forma que adoptan. Pero sobretodo, la ciudad es la sede de poderes que se ejercen sobre el campo y, a la vez, es la sede de una comunidad política.

Tal y como comenta Dutour (2004:29), “En la Edad Media, la muralla que rodeaba la ciudad era un elemento importante de definición: una ciudad es una aglomeración rodeada por una muralla”. El Dictionnaire de l’Académie française, en su edición de 1964, transmite aún este concepto; define la ciudad como “Reunión de muchas casas dispuestas en calles y encerradas dentro de un recinto común que suele ser de muros y fosos”. Esa misma defini-

ción la conserva hasta la edición de 1835.

A lo largo de una primera época, hasta el siglo IX, es decir, durante la Alta Edad Media, la ciudad es sobre todo una ciudad episcopal. Se pueden distinguir de forma sumaria dos momentos en esta primera época.

Por un lado, la ciudad de los siglos VI y VII, es decir, a un mundo complejo y convulsionado por sucesos trágicos, el de los dos siglos que siguieron a la desaparición de la autoridad imperial en la parte occidental del Imperio Romano, época de los reinos directamente procedentes de la instalación de pueblos germánicos en el Imperio, en los siglos V y VI, en especial los francos en la Galia y los lombardos en Italia, fundadores de los dos dominios más duraderos. Después vienen los dos siglos carolingios –los siglos VIII y IX, y durante la segunda época, a partir de finales del siglo IX y el siglo X, aparece a plena luz un desarrollo de las ciudades sobre nuevas bases, ya comenzado en los tiempos carolingios, que pronto llegará a su plena expansión.

Entonces adquiere forma lo que con tanta frecuencia se ha considerado la ciudad medieval por excelencia. En los siglos de su existencia se pueden distinguir dos momentos. El primero, hasta el siglo XII, corresponde a un impulso masivo de las ciudades que deja estupefactos a los contemporáneos: éstos valoran la novedad de un fenómeno que consideran, con toda la razón, algo sin precedentes. En el segundo, a partir del siglo XIII, el desarrollo de las ciudades deja de sentir sus efectos en toda su amplitud. En este momento, los contemporáneos dan testimonio de un mundo profundamente marcado por la existencia de las sociedades y por la importancia de su papel.

La ciudad ya no es sólo un hecho que se constata y un poder con el que hay que contar por voluntad o por fuerza. Se ha convertido en uno de los lugares por excelencia de la vida social, en un cuerpo autónomo, en el objeto, en cuanto a ser colectivo, de una consideración social. Por eso las ciudades se distinguen entre sí por su reputación, por la impresión que se producen, por la influencia de la que gozan, por el peso político de sus autoridades y por el prestigio que se las reconoce.

La ciudad de la Alta Edad Media tiene rasgos propios. En el siglo V como muy tarde, mucho antes de la desaparición de la autoridad imperial, toma forma un tipo de ciudad procedente de la ciudad romana del Bajo Imperio si solución de continuidad, pero distinta de ella: la ciudad episcopal. Constituye el rasgo distintivo de la realidad urbana de la Alta Edad Media, sin embargo, ella sola no es capaz de abarcar toda esa realidad, y así vemos que hay otros tipos de aglomeraciones urbanas importantes, sobre todo a partir de la Alta Edad Media.

La ciudad entonces dependía directamente del poder real, representado localmente por el obispo y el conde, de los que éste se hallaba con frecuencia en una posición de subordinación respecto del obispo. Dueño de considerables dominios pertenecientes a la iglesia catedral, el obispo recibe del rey la inmunidad para ellos, de ahí que sea él el responsable de la administración pública, incluida la justicia, en vez del conde. Así pues, la ciudad venía a ser un centro de un territorio desde dos puntos de vista: por una parte, era la capital de una diócesis y, por otra, el obispo, sobre todo en los tiempos carolingios, tenía por delegación del rey amplias responsabilidades en el gobierno temporal que iban más allá del marco de la ciudad propiamente dicha.

Al desarrollo urbano le acompaña una reacomodación constante de las relaciones entre los hombres, una reacomodación que a la vez le beneficia y determina sus modalidades. El desarrollo demográfico en el marco de una actividad agrícola se basará ahora en instituciones humanas estables. Esta afirmación de carácter general se ve reforzada por tres evoluciones sociales que le otorgan su dimensión concreta.

En primer lugar, el poderoso movimiento de desarrollo de los hábitats aldeanos acaecido en los tiempos medie-

vales, a la vez que la urbanización de un tinte particular al vínculo entre ciudad y campo. En segundo lugar, la transformación paulatina del dominio rural en señorío, el desarrollo del señorío territorial y el desarrollo urbano están íntimamente relacionados. El marco señorial ha dado a la vez una forma y un impulso a un crecimiento urbano que va acompañado de la transformación de ciudades en comunidades autónomas. En fin, este desarrollo va acompañado de la aparición a plena luz de élites urbanas influyentes cuyas actividades se diversifican; con él la ciudad vuelve a ser uno de los lugares privilegiados del encuentro y de la vida social de las élites.

El desarrollo de las ciudades es también el signo de una evolución a largo plazo; el establecimiento de los señoríos. El desarrollo urbano es contemporáneo de una época señorial caracterizada, sobre todo, del siglo IX al XII, por el desarrollo de poderes locales. Se establece una estrecha relación entre ciudad y señorío. El desarrollo urbano ha recibido de los señoríos un impulso notable, que ha tenido por marco la organización señorial. Los señores tienen en las ciudades, poblaciones o Burgos el centro de su poder; son ellos quienes fundan ciudades. La ciudad medieval, bajo este punto de vista, es una ciudad señorial.

La evolución política hace que salgan a plena luz a partir de la segunda mitad del siglo IX poderes locales que se van reforzando. Es entonces cuando se manifiesta una reacomodación de la organización de los poderes caracterizada al principio por el debilitamiento de la autoridad real carolingia. La pérdida de autoridad del poder real sobre la aristocracia se acelera y, por diversas razones, entre las que se hallan las invasiones musulmanas, húngaras y escandinavas que acosan a Occidente, las fortificaciones se multiplican para defensa de las ciudades y de las conglomeraciones secundarias. Poco a poco, la red de fortalezas, completada mediante las “motas” (una elevación terraplenada, una torre de madera, una empalizada) que son, hasta comienzos del siglo XII, una técnica corriente de fortificación, se convierte en el mayor punto de apoyo del ejercicio de poder. En el siglo X los dispositivos militares se reorganizan en torno a las fortalezas; en torno a su territorio tienden a organizarse las circunscripciones.

Nos encontramos de lleno en el tiempo de los poderes locales, que se puede caracterizar de manera superficial como edad señorial porque es entonces cuando reaparece y se incrementa el poder señorial en el campo. Ciertos condes, en el siglo X, hacen hereditaria su función. A caballo entre los siglos X y XI, se consolidan los señores de envergadura territorial más modesta, señores de una fortaleza, que ejercen poderes de la misma naturaleza que los de los condes y que también los hacen hereditarios. El poder sobre los hombres es tanto más efectivo cuanto que es local. Por este motivo, desde el siglo X, los lugares privilegiados de la sociabilidad de los aristócratas son los castillos. De este modo, el afianzamiento, a finales del siglo X y comienzos del XI, del señorío territorial lleva la evolución hasta su último término, que es el predominio del poder local.

La ciudad medieval no nace sino que se hace tal por medio de una evolución: de la ciudad episcopal, de las demás ciudades contemporáneas de ella, de las conglomeraciones de todo género que sacan adelante su vocación urbana. Así pues, el nuevo peso de la autoridad señorial se manifiesta en el impulso dado a la evolución del hábitat rural.

La idea de Edad Media lleva consigo una visión de la evolución de la cultura europea, surgida en los siglos XV y XVI entre artistas y escritores, especialmente italianos y más en concreto, florentinos.

1.2.2. La ciudad contemporánea

Hoy en día, muy pocos profesionales vinculados a las áreas de la arquitectura y el urbanismo discuten la afirma-

ción de que la ciudad es una construcción permanente y colectiva de la sociedad; una construcción cuya imagen sintetiza las relaciones de sus identidades culturales y espaciales.

La ciudad actual se caracteriza por la dificultad en percibirla, conocerla, y por ende entenderla. Otro elemento central considerado es la definición de la ciudad como una oferta no sólo para sus ciudadanos, sino también para sus usuarios. Así, por ejemplo, Barcelona se presenta como un ejemplo de ciudad que ha utilizado el espacio público como carta de presentación en el debate del urbanismo actual. Esta experiencia parte de la definición de la ciudad como espacio público, considera la revalorización cultural, funcional y cívico-política del mismo y finalmente reconoce su capacidad transformadora.

Borja (2003:45) plantea la necesidad de superar la visión negativa o pesimista sobre la ciudad caracterizada por la acumulación de problemas sociales, la segregación o el temor, y propone la urgencia de hacer ciudad entendida como la afirmación de una nueva ciudadanía activa, con derechos específicos, que mediante la reapropiación del espacio público establezca las bases de una nueva forma de vida urbana. De acuerdo con este autor, la ciudad debe ser entendida como espacio público, es decir, como el lugar de la cohesión y de los intercambios. Se establece así una forma de aprehender el espacio público diferente a la tradicional visión legalista (lo que la planificación urbana establece como zona de uso público) o residual (entenderlo como el espacio que sobra en la ciudad), lo que significa que la construcción de toda ciudadanía (“hacer ciudad”) depende de la apertura de un espacio donde se diriman los asuntos públicos: el espacio público.

Pero la ciudad en la actualidad se ve amenazada por un triple proceso negativo: disolución, fragmentación y privatización. Estos procesos se refuerzan mutuamente contribuyendo a la desaparición del espacio público, ya que acentúan la marginación y la desigualdad, disminuyendo al mismo tiempo la capacidad de gobernabilidad urbana y la integración ciudadana. Se formula, en consecuencia, la necesidad de superar una visión infraestructural sobre la ciudad y el espacio público, insertando una perspectiva participativa y cultural, toda vez que –en palabras del autor- “producir espacio público no es fabricar un equipamiento o un lugar especializado, sino crear paisaje urbano significativo”. Específicamente, Borja se centra en una de las principales problemáticas que erosionan la ciudadanía, la utilización del espacio público y por ende la construcción de ciudad: la inseguridad urbana.

La propuesta de construcción de ciudad a través de ciudadanos activamente involucrados en la creación de la misma se ve también limitada por los desafíos de la ciudadanía en la globalización. Hoy en día, hay autores que critican el discurso urbanístico construido durante los dos últimos siglos, al que achacan una excesiva tecnificación y funcionalidad al servicio de la rentabilidad, consecuencia del aislamiento que la disciplina urbanística ha tenido respecto de la política y el debate público.

En este sentido, la búsqueda del desarrollo de derechos ciudadanos como el de la vivienda y al lugar, al espacio público y la monumentalidad, a la belleza, a la identidad colectiva dentro de la ciudad, a la movilidad y la accesibilidad, a la centralidad y a la innovación política, son fundamentales para configurar una ciudadanía que reivindique el derecho a la ciudad. Por tanto, podemos afirmar que la ciudad multidimensional, con capacidad para recuperar una ciudad inclusiva y democrática, es el objetivo final al que se aspira, hoy en día.

2. Conclusiones

La ciudad es el espacio físico donde se realizan los grandes cambios de la sociedad contemporánea, desde la Revolución Industrial a la Revolución Demográfica, pasando por la modernización social, por tanto, podemos confirmar que su evolución está íntimamente ligada con la política internacional del momento y, en consecuencia, con su diplomacia.

Está claro que en ambos campos, la evolución ante las circunstancias ha ido marcando su forma más esencial. Tanto la transformación social en la ciudad, porque es un organismo que intensifica y facilita las relaciones entre los hombres, como la progresiva adaptación a una diplomacia más dinámica que respete la reciprocidad en el ámbito internacional.

A lo largo de este artículo hemos podido observar cómo las ciudades contemporáneas se han ido adaptando a las exigencias del mundo moderno. Ciudades como Bruselas han ido modificando su protocolo hacia uno más simple, más práctico, menos formal, más funcional y mucho menos costoso que en el pasado, para que su actividad diplomática no se convirtiera en una carga sino en su valor añadido. Por su parte, la transformación de la ciudad hubiera sido imposible sin aglomeración urbana o concentración de características sociales heterogéneas, elementos indispensables en dicho paralelismo evolutivo.

En ambas transformaciones ha jugado un papel fundamental el poder. La ciudad de los siglos VI y VII estuvo marcada por los francos en la Galia y los lombardos en Italia, la ciudad de los siglos VI y VII se caracterizaron por la desaparición de la autoridad imperial en la parte occidental del Imperio Romano, los siglos VIII y IX transcurrieron bajo el poder de los carolingios y durante los siglos IX y X aparece la Ciudad Medieval, marcada por la existencia de las sociedades y la importancia de su papel. En cuanto a los orígenes de la diplomacia, representaba exclusivamente a sus soberanos y éstos debían elegir a sus delegados con el fin de que estableciesen la gloria real, por lo que siempre eran aristócratas de los que no se tenía en cuenta ningún tipo de cualificación.

Claramente, el ejercicio del poder por el poder ha ido dejando sitio a un mundo cada vez más globalizado en el que la ciudad debe aspirar al desarrollo de derechos ciudadanos como el de la vivienda y al lugar, al espacio público y la monumentalidad, a la belleza, a la identidad colectiva dentro de la ciudad, a la movilidad y la accesibilidad, a la centralidad y a la innovación política, y la diplomacia debe aplicar métodos más descargados de efectos ceremoniales inútiles y reflejar las nuevas realidades del mundo internacional para dar soluciones a las necesidades que se van planteando en la esfera internacional.

La evolución de la ciudad la hemos estudiado desde la Ciudad Medieval, es decir, desde las relaciones de unos hombres con otros, y desde la razón de ser de esas relaciones y sobre la forma que adoptan. La observación de las ciudades que están ante nuestros ojos nos acerca más a la comprensión de la vida urbana. Son un elemento indispensable de la reflexión sobre la ciudad medieval, porque ésta no es una realidad incomparable, sino una encarnación del fenómeno urbano y su paulatina transformación.

Hoy en día, las ciudades se distinguen entre sí por su reputación, por la impresión que producen, por la influencia de la que gozan, por el peso político de sus autoridades y por el prestigio que se las reconoce, en definitiva, por si están o no a la altura de su política internacional y sus necesidades diplomáticas. Por todo ello, podemos concluir que la ciudad y la diplomacia han ido evolucionando, de forma paulatina y constante hacia formas menos ostentosas y más prácticas para, en ambos casos, adaptarse a las circunstancias y aportar las soluciones que la sociedad de cada momento ha ido reclamando.

3. Referencias

3.1. Bibliografía

- Borja, Jordi (2003): “La ciudad conquistada”. Alianza Ediciones. Madrid
- Chavarrí del Rivero, Tomás (2004): “Protocolo Internacional. Tratado de ceremonial diplomático”. Ediciones protocolo. Madrid.
- López Caballero, Blanca (2006): “La diplomacia y su protocolo”. Ediciones Protocolo. Madrid.
- Ochoa Brun, Miguel Ángel (2002): “Embajadas y embajadores en la Historia de España”. Santillana. Madrid.
- Thierry, Dutour (2004): “La ciudad medieval: orígenes y triunfo de la Europa urbana”. Paidós. Barcelona.
- Eisenstadt, Shmuel (1986): “The Origins and Diversity of Axial Age Civilisation”. Nueva York.

3.1. Webgrafía

<http://www.rae.es/rae.html>

<http://www.larousse.com/es/diccionarios/frances-espanol>

<http://www.revistainternacionaldeprotocolo.com/editoriales/la-importancia-del-protocolo-para-la-comunicacion-politica>

<http://books.google.es/books.es>

<http://scholar.google.es/schhp?hl=es&tab=ws>

Este artículo está adaptado a las normas de publicación de la APA (Association Psychologist American), N° 6.

LA CIUDAD REPRESENTADA

Cultura, arte, museos,
teatro y ciudad.



COMUNICACIÓN ARTÍSTICA PERFORMATIVA EN EL ESPACIO PÚBLICO: ANÁLISIS DEL CASO IDAS Y VENIDAS EN RENFE

Pedro Alves

Doctorando en el Programa Técnicas y procesos en la creación de imágenes: aplicaciones sociales y estéticas del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II.

Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.

Ciudad Universitaria. Avenida Complutense S/N.

Email: pedromalves@gmail.com

Mario Barro Hernández

Doctorando en el Programa Técnicas y procesos en la creación de imágenes: aplicaciones sociales y estéticas del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II.

Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.

Ciudad Universitaria. Avenida Complutense S/N.

Email: mariobarrodez@gmail.com

Resumen

En este documento se realiza una exploración teórica y práctica de la comunicación artística performativa y de la configuración y el papel que juega el espacio público como escenario de la misma. En concreto, se parte de un recorrido teórico sobre el papel del arte en el individuo, para presentar posteriormente el diseño, ejecución y desarrollo de un prototipo de performance compuesta por la interacción simultánea de diversos canales multidireccionales e interactivos de comunicación artística con un flujo de público variante. Se trata del estudio del caso de Idas y venidas en Renfe, acción que tuvo como finalidad acercar a los

usuarios del tren al sentido de la participación artística a través de una performance que se desarrolló entre las 08:00 y las 12:00 horas del día 11 de noviembre de 2010 entre las estaciones de Cercanías Renfe 'Sol' y 'Atocha', organizado por la asociación de publicistas IAA Spain, Renfe, y la Universidad Complutense de Madrid. Se pone de manifiesto que dicha manera de representar y comunicar en espacios públicos configura contextos creativos colectivos basados en procesos de participación como herramientas factibles de creación artística y de una importante experiencia vital.

Palabras clave

Arte, Performance, Comunicación, Interacción, Participación, Espacio público.

Abstract

This paper makes a theoretical and practical exploration of artistic and performative communication and the role of public space as stage for it. Specifically, the theory parts with a tour through the role of art for the individual to, afterward, present the design, implementation and development of a performative type of proposal made by the simultaneous interaction of multiple channels and interactive multi-media artist communication with a public flow variant. This is the study of *Idas y venidas en Renfe*, performance that aimed to bring users to train the sense of artistic participation through an action that took place between 08:00 and 12:00 hours on November 11, 2010 between the stations of 'Atocha Renfe' and 'Sol', organized by the association of advertisers IAA Spain, Renfe, and the Universidad Complutense de Madrid. On the other hand, it shows that these ways of representing and communicating in public spaces makes contexts based in collective creative processes as tools of direct artistic creation and of an important vital experience.

Key words

Art, Performance, Communication, Interaction, Participation, Public space.

Introducción

Este documento presenta, a partir de un modelo de análisis no ortodoxo, una reflexión sobre la comunicación artística performativa y su ejecución en espacios públicos. Se centra en el estudio de la performance: *Idas y venidas en Renfe*, organizada por la Universidad Complutense de Madrid en el marco de las actividades desarrolladas para la Muestra Arte y Publicidad MUSA 2010, y que tuvo como finalidad acercar a los usuarios de Renfe al sentido de la participación artística a través de una acción que tuvo lugar entre las estaciones de Cercanías Renfe 'Sol' y 'Atocha'.

Esta investigación deja fuera las cuestiones que debaten o pretenden situar los límites entre las distintas manifestaciones del arte, el happening, la performance u otras denominaciones dentro de los nuevos comportamientos artísticos. Esta sería materia para otro estudio.

En concreto, en este artículo se analiza el papel del arte para la experiencia humana y su conciencia de la realidad a partir del diseño, ejecución y desarrollo de un modelo de propuesta performativa compuesta por la interacción simultánea de diversos canales multidireccionales e interactivos de comunicación artística con flujos de público variante, incidiendo en la importancia de aspectos no suficientemente tenidos en cuenta, como el valor de la participación del público, cuya opinión o actuación es cada vez más generadora ella misma de arte.

Al tratar sobre los espacios públicos como escenarios de representación y del papel del arte en los individuos mediante la significación de la recepción, el documento se sirve de orientaciones teóricas interdisciplinarias como estudios de comunicación, estudios culturales, semiótica y teoría narrativa.

Objetivos

Tomando la performance de Idas y venidas en Renfe como caso de estudio, el presente artículo tiene por objetivo principal reflexionar sobre la importancia de la comunicación artística en la experiencia vital del individuo y de la sociedad, a la hora de crear contextos creativos colectivos de participación ciudadana.

Metodología

Para lograr nuestro objetivo recurriremos, en una primera instancia, a una somera aproximación al origen y desarrollo de las performances como manifestaciones artísticas en espacios públicos. A continuación, partiendo del convencional recurso a los comentarios ajenos, desarrollaremos un planteamiento teórico sobre el papel del arte y su importancia como expresión metafórica de la realidad. Posteriormente, analizaremos el proceso de recepción, decodificación y participación del receptor de la obra artística. Y, finalmente, pasaremos a la presentación del caso de Idas y venidas en Renfe.

Nuestro proceder metodológico, de índole analítico hermenéutico, se funda en esencia sobre el análisis directo y la interpretación personal de los hechos, el contexto, el espacio, la estructura y los elementos formales de la referida performance, como también la ejecución y el resultado de la misma.

1. Aproximación a las performances en espacios públicos.

Por esos espacios que conocemos como públicos, transitan, conviven, se relacionan, se mezclan, coexisten múltiples procesos complejos de comunicación. Eso lo podemos saber con sólo mirar por la ventana; por dichos espacios circulan constantemente todo tipo de mensajes en señales acústicas, luminosas, textuales, digitales, analógicas, etc.; Van y vienen libremente por el aire, independientemente que sea día o noche, lunes o viernes, sea marzo o septiembre, estemos en Sydney o en Madrid: la sintonía entre comunicación y espacio público revela que ambos conceptos se encuentran intrínsecamente ligados.

Diversos movimientos artísticos de principios del Siglo XX se plantearon aprovechar dicha situación para intervenir en los espacios públicos a través de las manifestaciones artísticas, dando lugar a las primeras performances, vinculadas al dadaísmo, el surrealismo, el constructivismo, entre otras corrientes. Dichas performances, que mezclaban de forma ecléctica todo tipo de expresiones artísticas, eran exhibiciones no convencionales de mucho impacto, pero escasa participación del público. No es hasta los años sesenta y setenta que las performances no alcanzaron que los espectadores interactuasen realmente de manera más activa. A partir de entonces, la participación del público dentro del arte ganó una notable importancia que trascendió gracias a que muchos artistas posteriormente la desarrollarían e implementarían en otras manifestaciones del arte contemporáneo.

Una de las principales figuras que desarrolló la interacción entre creador y público mediante lo que se denominó el arte de acción fue Allan Kaprow, artista estadounidense de los años 60. Sus obras se definían como acciones y no como objetos, momentos únicos y esporádicos que promovían una actitud artística. Kaprow lo designa como happening, y que ha sido una de las variaciones posibles dentro del concepto más amplio de performance, a saber: acciones de carácter localizado espacial y temporalmente, irrepetibles, y que dejan margen para la improvisación e interacción con el contexto, a fin de concretar sus resultados.

Por tanto, las performances, como manifestación comunicacional artística, se caracterizan por su carácter efímero, ya que son propuestas diseñadas y ejecutadas ad hoc en un espacio y lapso de tiempo concreto y delimitado. Aunque, en ese escaso periodo, desarrollan valor y significación estética mediante la mediación de artistas e individuos que se encuentran integrados en un mismo entorno, creando, participando y desarrollando una obra a través de procesos de interacción que se componen de diversas opciones, considerables desde puntos de vista tanto cuantitativos como cualitativos, y que se articulan mediante un sin número de posibilidades y resultados de participación colectiva.

2. Realidad, metáfora, narrativa y performances.

En la indagación de la realidad •una perspectiva de curiosidad existencial que forma parte de nuestra humanidad• la ciencia no puede dar todas las respuestas que el hombre necesita. Ni todas las respuestas, ni todas las preguntas. La sensibilidad, la intuición o el sueño son ejemplos de elementos que, aunque estén muy conectados a nuestra vida, no suelen encontrar lugar dentro de ámbitos racionalistas o científicos. Así surge la necesidad de la metáfora y, por consiguiente, del arte, ya que “en las manifestaciones simbólicas de la cultura es donde el hombre rellena el abismo que lo aparta de las cosas, de sí mismo y de los otros, accediendo así a la conciencia reflexiva y a la experiencia de la vida común” (Rodrigues, 1991: 27). Por otra parte,

Lo que es real para un individuo como miembro de una cultura es un producto de su realidad social y de la manera en que aquélla da forma a su experiencia del mundo físico. Puesto que gran parte de nuestras realidades sociales se entienden en términos metafóricos, y dado que nuestra concepción del mundo físico es esencialmente metafórica, la metáfora desempeña un papel muy significativo en la determinación de lo que es real para nosotros. (Lakoff y Johnson, 2005: 188)

La metáfora y el arte como expresión metafórica de la realidad son, así, elementos esenciales para nuestra experiencia humana, sea en un ámbito social o personal. Nos permite considerar aspectos de lo real que van más allá de lo que la ciencia nos enseña con objetividad y racionalidad, dando la posibilidad a cada uno de nosotros de entender el mundo bajo perspectivas, sensibilidad y características personales y subjetivas.

Podremos afirmar, entonces, que el desarrollo de una performance artística está relacionado siempre con la creación y sugerencia de una metáfora, es decir, con el hecho de que “el artista crea mundos posibles a través de la transformación metafórica del ordinario y de las ‘asumpciones’ convencionales” (Bruner, 1986: 49). Una visión original sobre la realidad, la creación de un mundo posible, son así el primer paso para lanzar una propuesta de aventura para el receptor: el percibir, interpretar y utilizar los elementos que hacen parte del mundo artístico creado por el autor.

En este sentido, empezamos por encuadrar el hecho performativo dentro de una consideración narrativa del mismo. La justificación para dicho planteamiento viene de la presencia, dentro de una performance, de personajes, acciones y un contexto –los elementos narrativos por excelencia.

Es decir que, en cualquier narrativa clásica (literaria, cinematográfica, etc.), el autor imagina un escenario / contexto / ambiente / mundo posible donde un personaje o un conjunto de personajes ejecutan determinadas acciones / comportamientos con el propósito de cumplir sus objetivos psicológicos / sociológicos. Pues también

la performance artística plantea un mismo tipo de situación: un juego creado por el artista que versa en posicionarse a sí mismo y a un determinado público como personajes centrales de una situación o contexto metafóricos (un mundo posible o el mundo real mirado desde un punto de vista original), donde determinadas acciones y comportamientos son ejecutados (o sugeridos) para llegar a objetivos personales o globales, sean del autor o de los participantes.

3. Proceso de recepción, descodificación y performances.

Nos centramos ahora en el aspecto de la participación del receptor en la descodificación de la obra. Bruner sustenta (1986: 22-25) que el mundo posible desarrollado y sus elementos narrativos (personajes, acciones, contexto) no tienen correspondencia directa con las relaciones y elementos del real, pero dejan espacio para que el receptor complete (a través de la interpretación) y decida que hacer con la obra. Nos posicionamos, así, en la misma línea de la noción de “obra abierta”.

Eco refiere (1976: 22, 62) que “la obra de arte es un mensaje fundamentalmente ambiguo, una pluralidad de significados que conviven en un solo significante”, y que por eso “el autor ofrece, en suma, al receptor una obra a acabar”. Pero “la obra llevada a término será, siempre y a pesar de todo, su obra, no otra (...) pues sustancialmente, él había propuesto algunas posibilidades ya racionalmente organizadas, orientadas y dotadas de exigencias orgánicas de desarrollo”. Ricoeur (2011: 122) resume y confirma esta idea cuando afirma que el papel del autor tiene que ver con la creación y sugestión de “un mundo posible y de un modo posible de que alguien se oriente en él”.

El autor ofrece, pues, el punto de partida para un juego que mezcla la fruición o el entretenimiento, con una cantidad considerable de aportaciones racionales y empíricas que podrán ser útiles al receptor en su vida cotidiana. De la relación e interacción entre artista y público surge lo que Jaus (1982) llama de “fusión de horizontes”, o sea, la transmisión de una experiencia y de una visión personal, metafórica y artística sobre una misma realidad compartida. Sobre una misma obra, se integra en el canal comunicacional la propuesta de un autor y las interpretaciones de los receptores, las historias de vida de cada uno de ellos y visiones muy particulares sobre una misma realidad. Esta idea subraya, por una parte, el papel decisivo del espectador en la recepción de la obra de arte, de modo a complementarla y dotarla de sentido, y por otra parte, destaca también la importancia del arte para la percepción y gestión de datos de lo real por parte del individuo.

Al potenciar la sugerencia de una narrativa particular y de un mundo posible como campos de interacción, comprensión, interpretación, entretenimiento y conocimiento sobre la realidad, la performance permite un importante juego metafórico entre los polos creativo y receptivo, dónde los dos salen ganando en términos racionales y empíricos. Por eso mismo, la utilización del espacio público como escenario de representación y desarrollo de dicha actividad artística encierra la oportunidad de transformar acciones comunes y cotidianas en experiencias metafóricas más ricas, además de generar nuevos puntos de vista sobre una misma realidad.

Siguiendo el propósito de suscitar consideraciones originales sobre una realidad que tomamos como adquirida, el espacio público se muestra como un importante interface entre los designios personales y sociales del individuo. No dejando jamás de lado su identidad y personalidad, el individuo tiene que hacer concesiones de comportamiento y postura en los lugares públicos, quitando los aspectos de acción personal que puedan crear conflictos o incomodidad en sí mismo y en los otros que se cruzan con él. De ahí viene la oportunidad y la importancia de la performance artística en zonas públicas: traer nuevas formas de percibir las, de vivirlas, de experimentarlas, y en

última instancia de recordarlas, sea con la razón o con el corazón. La re-conceptualización y reutilización del espacio público bajo alguna propuesta metafórica y artística permite nuevos encuadres conceptuales y emocionales de las relaciones multidireccionales entre espacio, individuo, sociedad y urbe, aportando prismas originales a la concepción que hacemos de esos entornos y de nosotros mismos, como individuos, ciudadanos, y como usuarios de dichos lugares.

4. Análisis del caso Idas y venidas en Renfe.

En la actualidad, las performances representan una herramienta muy explotada, no solamente en el campo artístico si no también en el mundo de la publicidad y el marketing. Dicha tendencia se aprovecha de la capacidad de impacto de propuestas que se representan en espacios claves sorprendiendo a los ciudadanos y rompiendo el orden establecido. Esta modalidad publicitaria se articula como pieza integradora y armónica del espacio de las ciudades formando parte de la urbe y añadiendo un componente artístico que mezcla seducción y persuasión para llegar al espectador y conseguir que éste se implique y tenga una verdadera y directa experiencia artística vinculada a la marca promocionada.

Partiendo de dicha base, la Universidad Complutense de Madrid, en el marco de las actividades desarrolladas para la Muestra Arte y Publicidad MUSA 2010, desarrolló una performance que tuvo como finalidad acercar la participación artística a los usuarios del tren mezclando arte y publicidad corporativa del servicio de Cercanías Renfe de la ciudad de Madrid.

4.1. Espacio:

En esta búsqueda por conectar lo máximo posible con los receptores, para la realización de la performance se eligieron dos lugares con gran afluencia de usuarios, para alcanzar una gran atención y un feed back efectivo. Por lo tanto, se fijó en dos espacios públicos muy cotidianos como son las estaciones de Cercanías Renfe Sol y Atocha.



*Foto n°1: Estación de Atocha Renfe.
Autor: Pablo Martínez Hernández*



*Foto n°2: Puerta del Sol.
Autor: Pablo Martínez Hernández*

4.2. Tiempo:

Las acciones de la performance se desarrollaran en los espacios ya mencionados desde las 08:00 horas de la mañana hasta las 12:00 horas del mediodía del día 11 de noviembre de 2010.

4.3. Elementos formales:

Se reunieron en la Puerta del Sol 25 personas portando maletas y ataviadas por delante y por detrás con carteles colgantes en los que se podían ver de un lado fotografías de la ciudad de Madrid y del otro lado imágenes de las instalaciones y trenes de Cercanías Renfe más algunas de publicidad corporativa de Cercanías Renfe. En total cien imágenes; cuatro por persona.

En el dorso de las maletas se colocó una pegatina con partes de un poema de Antonio Machado (1967), El tren, que al ser ordenadas de una determinada manera daba lugar a que se pudiera leer el poema casi por entero.

El extracto elegido fue el siguiente:

El tren

*Yo, para todo viaje
-siempre sobre la madera
de mi vagón de tercera-,
voy ligero de equipaje.
Si es de noche, porque no
acostumbro a dormir yo,
y de día, por mirar
los arbolitos a pasar,
yo nunca duermo en el tren,
y, sin embargo, voy bien.
¡Este placer de alejarse!
Londres, Madrid, Ponferrada,
tan lindos... para marcharse.
Lo molesto es la llegada.*

*Luego, el tren, al caminar,
siempre nos hace soñar;
y casi, casi olvidamos
el jamelgo que montamos.
¡Oh, el pollino
que sabe bien el camino!
¿Dónde estamos?
¿Dónde todos nos bajamos?
[...]
El tren camina y camina,
y la máquina resuella,
y tose con tos ferina.
¡Vamos en una centella!*

Al mismo tiempo, se emplearon cuatro amplificadores que emitían sonidos de latencia urbana: música diseñada expresamente para la ocasión, sonidos referentes al tren; y cuñas de publicidad corporativa de Cercanías Renfe.

4.4. Acción:

Se procedió a bajar por las escaleras de la estación de Cercanías Renfe de Sol. Mientras se bajaba, se escuchaba por los amplificadores el eslogan: ¡¡Viajeros al Tren!!

Durante el trayecto al tren se orquestaba in situ una banda sonora improvisada haciendo uso de los cuatro dispositivos amplificadores. Estos dispositivos crearon una pieza sonora, al mismo tiempo una base musical variable, que sirvió para dinamizar la acción adaptándose en cada momento a las necesidades y las circunstancias del contexto.

En el interior de los vagones del tren que iba en dirección a Atocha se les pidió a los usuarios del tren aportaran su visión, a modo de cadáver exquisito, de lo que para ellos era Cercanías Renfe. Se suministró a los viajeros un rollo de papel donde uno inició una frase y el resto de los viajeros continuaron paulatinamente con más reflexiones y pensamientos, continuando lo que había escrito el usuario anterior. Al mismo tiempo, se repartió a cada pasajero lápices y cartulinas blancas para que cada uno escribiera brevemente algún deseo o anhelo de sus viajes en Cercanías Renfe.

Una vez llegados a la estación de Atocha Renfe, a los usuarios que se acercaban se les invitó a participar en la lectura colectiva de los textos recogidos previamente en el vagón del tren y a que aportaran reflexiones personales.

Posteriormente, las personas con maletas se acomodaron de la manera correcta para componer el poema de Machado. Además, del interior de cada maleta se sacaron cartulinas con palabras que servían de inspiración para la creación de frases y eslóganes referentes al viaje en Cercanías Renfe.



Foto n°3: Cadáver exquisito.
Autor: Patricio Abad



Foto n°4: Participación ciudadana.
Autor: Patricio Abad



Foto n°5 : Maletas ordenadas.
Autor: Patricio Abad

Todo el proceso anteriormente explicitado se repitió cinco veces, dentro del tiempo ya mencionado y de los espacios designados para dicha performance. La participación del público fue considerable, dentro de lo que es el comportamiento habitual de un usuario del tren de Cercanías

Renfe y de las condiciones normales de las estaciones (soledad, silencio, distracción o prisa son algunos de esas posturas usuales). Aunque en un principio pudo haber alguna reluctancia y incomodidad por la aproximación, abordaje e indumentaria (carteles, amplificadores sonoros) de los performers, inmediatamente la gente se animó a participar y a dejar su contribución en el evento.

Conclusiones

Como puede verse, en la presentación de este caso existen muchas posibilidades de análisis con respecto a los aspectos de comunicación y recepción sobre las que se podría trabajar. Los puntos más complejos para elaborar dichos estudios se refieren a detectar, por lo contradictorio de la opinión pública, la incidencia y repercusión de la manifestación que hemos presentado. Sin embargo, dada la importancia del arte en la experiencia vital de los individuos y el papel que en este sentido juega la representación de las performances en lugares públicos, consideramos que el ejemplo de Idas y venidas en Renfe sirve como muestra para aproximarnos a reflexionar sobre el papel de las performances como herramientas de creación de contextos creativos artísticos colectivos.

Idas y venidas en Renfe ha cumplido con sus objetivos y ha generado procesos de participación de los usuarios eficaces y fructíferos. Como propuesta de promoción de un medio de transporte cotidiano bajo un punto de vista original y una nueva forma de experiencia, obtuvimos un feedback y una adhesión positivos. Por una parte, en los espacios donde se desarrolló la performance se consiguió la reacción esperada gracias a la aproximación individual de los usuarios a la iniciativa.

Por otra parte, durante el tiempo que duró la performance, las personas que se implicaron abandonaban la típica postura de aislamiento e incomunicación del entorno, abriéndose al propósito de la performance, exponiéndose en público, y comunicando con otros participantes.

En definitiva, con esta experiencia se demuestra que la representación de performances en espacios públicos favorece al aumento de la integración y de la participación social, así como a un modelo de comunidad que puede satisfacerse abiertamente emocional y cognitivamente compartiendo una experiencia artística con el Otro. Así, el público pudo experimentar y percibir un espacio cotidiano bajo un nuevo modelo de entretenimiento y reflexión sobre el papel de ese mismo lugar en la vida de otros usuarios, aumentando al mismo tiempo su interacción y comunicación con los demás.

Creemos, firmemente, que iniciativas de este tipo sirven para contribuir a generar escenarios de implicación y confianza que ayudan a reforzar el sentido de comunidad en nuestras ciudades. Es muy importante que se extiendan este tipo de propuestas para favorecer la voluntad y el deseo colectivo de desarrollo y mejora de la participación ciudadana. Además de fomentar también, y tomar en consideración, las contribuciones y aportaciones de un factor que normalmente tiene un papel silencioso y desaprovechado en el arte: el receptor.

Referencias

- BRUNER, Jerome. (1986). *Actual Minds, Possible Worlds*. Massachussets: Harvard University Press.
- ECO, Umberto .(1976). *Obra Aberta*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- JAUSS, Hans Robert. (1982). *Towards an Aesthetic of Reception*. Reino Unido: The Harvest Press.
- LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. (2005). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- MACHADO, Antonio. (1967). *Poesías de Antonio Machado*. Madrid: Aguilar.
- RICOUER, Paul. (2011). *Teoria da Interpretação: o Discurso e o Excesso de Significação*. Lisboa: Edições 70.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. (1991). “Arte e experiência”, *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 23, p. 25-33.

EL SUEÑO Y LA PESADILLA. EL PAISAJE URBANO FOTOGRAFIADO POR EL ARTE

Gema Pastor Andrés

Doctorando en el Programa Técnicas y procesos en la creación de imágenes: aplicaciones sociales y estéticas del
Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II.

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad Rey Juan Carlos - Campus de Fuenlabrada Camino del Molino s/n. 28943 Fuenlabrada, Madrid Despacho 216.

gema.pastor@urjc.es

Resumen

El estudio investiga el paisaje urbano contemporáneo a través de la fotografía artística actual. La fotografía nos ayudará a comprender cómo se construye la identidad del individuo en su espacio público.

Las imágenes se estudian atendiendo los tres puntos fundamentales que definen el paisaje como forma de representación reflexiva y comunicativa: el contexto, la visión del autor y la posible reacción del espectador ante dicha imagen.

La preocupación de la fotografía deja ver un urbanismo más interesado en construir una imagen de sí mismo que un entorno para la vida. La arquitectura fija más su atención en construir una fachada cargada de significado que en el uso del mismo. La construcción parece un decorado para la foto de recuerdo que podría tomar un turista delante de ella. La fotografía contemporánea revela esta situación y pone de manifiesto los riesgos que esto entraña.

Palabras clave

Fotografía, paisaje, espacio público, parque temático, arte contemporáneo

Abstract

This study researches the contemporary urban landscape through current artistic photography. Photography is a tool to understand how we build our identity in own public space.

Images are explained through the three key points that define the landscape like reflective and communicative representation: the context, the vision of the author and the possible reaction of the audience watching the image.

The pictures show a town planning more interested in build an image of himself than in the construction of an environment for life. Architecture pays his attention in build a frontage-facade more than in the use of this. The construction seems the scenery for the photo taken by a tourist in front of her. Contemporary photography reveals this situation and highlights the risks that it entails.

Key words

Photography, landscape, public place, them park, contemporary art

Introducción

El espacio público de las ciudades contemporáneas es uno de los temas preferentes de la fotografía artística contemporánea. Al analizar estas imágenes podremos ver cuales son los cimientos simbólicos que construyen el entorno en el que vive la mayoría de la población actual.

Objetivos

Esta investigación indaga en las imágenes que construyen estos artistas para descubrir cómo pueden sus coetáneos y vecinos construir su identidad con respecto al entorno en el que viven.

Metodología

El análisis formal y de contenido se realiza sobre fotografías, y al mismo tiempo obras de arte, que hablan sobre el espacio público. Basándonos en la definición de paisaje, como forma de representación y de interiorización del entorno, descubriremos cómo se construye el paisaje urbano contemporáneo y cómo puede ser la relación del ser humano que lo vive con él.

1. El sueño y la pesadilla. El paisaje urbano fotografiado por el arte

“Pero he aquí que hacia mediodía vieron un hermoso pajarillo, blanco como la nieve, posado en la rama de un árbol; y cantaba tan dulcemente, que se detuvieron a escucharlo. Cuando hubo terminado, abrió sus alas y emprendió el vuelo, y ellos lo siguieron, hasta llegar a una casita, en cuyo tejado se posó; y al acercarse vieron que la casita estaba hecha de pan y cubierta de bizcocho, y las ventanas eran de puro azúcar”. (Hermanos Grim)

Cuando a los niños se les pide que proyecten su vida años adelante —según una experiencia propia realizada con alumnos de segundo de la ESO— la mayoría se dibuja con su futura familia delante de una casa independiente con jardín, con un coche, un perro, un árbol, etc. Es la casita de chocolate en la que los niños desearían vivir.

1.1. El Sueño



Figura 1. De la serie Arcadia. Andreas Meichsner (www.andreasmeichsner.de)

Fijémonos en la foto de Andreas Meichsner de la serie Arcadia de 2006 [Figura 1], en la que se ve una casita de plástico en la que juega una niña en primer plano, justo delante de un riachuelo con casas al fondo. En esta imagen, el meandro del arroyo está acotado hasta la orilla con césped verde y las casas tienen el tejado rojo a dos aguas. En una de ellas un coche está aparcado en la entrada. La mesa y las sillas a la puerta son la extensión del hogar afuera.

Arcadia, provincia de Grecia, ha servido para denominar en la poesía y la pintura a un país imaginario donde se vivía feliz y en paz en la naturaleza. El mito ha sido revivido por los poetas y los pintores sobre todo en el Renacimiento y el Romanticismo.

“En la mitología griega, Arcadia significaba el lugar de la ‘Edad de Oro’, donde la gente podía vivir liberada del duro trabajo y sin necesidad de ningún tipo de conformidad social, en una naturaleza idílica en la que eran felices como pastores. Desde el comienzo de la época moderna el ‘Tema de Arcadia’ se entiende como una alegoría de la nostalgia por el paraíso tanto en literatura, como en pintura y arquitectura, e incluso en el diseño del paisaje real. Simbolizaba lo natural y la virtud. Su significado fue amplificado en el barroco y el rococó. Posteriormente el término significó también momentaneidad, así como era sinónimo de nostalgia y utopía”. (Meichsner 2006, traducción nuestra)



Figura 2. De la serie Paraíso. Sergio Belinchón. (www.sergiobelinchon.com)

Fijémonos en la segunda imagen, de la serie Paraíso de 2003 [Figura 2] de Sergio Belinchón. Retrata un espacio público construido para el disfrute infantil: el castillo-palacio de los cuentos de hadas, detrás de una colina cubierta de hierba y con las copas de los árboles cortados por ‘Eduardo Manos-tijeras’ en forma de cubo.

El paraíso es, según la mitología judaico-cristiana, el jardín del Edén donde Dios colocó a los padres de los hombres, Adán y Eva. Según la Biblia, éstos viven allí con todas sus necesidades cubiertas hasta que caen en la

tentación y conocen el bien y el mal. A partir de entonces tendrán que trabajar y conocerán el dolor. El paraíso denomina también el cielo, y en algunos de sus sentidos es sinónimo de Arcadia.

Ambas imágenes se titulan a partir del ideal de la tierra prometida y sin embargo nos muestran dos modelos de arquitectura contemporánea muy extendidos desde mediados del siglo XX.

Arcadia representa una forma de urbanismo heredada del modelo anglosajón. El ‘urban sprawl’ (literalmente: desparramado) se ha expandido como un modo de urbanismo residencial generador de retículas homogéneas, con una densidad de ocupación baja, lo que favoreció el auge del automóvil. Una ideología arquitectónica heredada del modelo americano definido por Frank Lloyd Wright: ciudades formadas por una red de casas unifamiliares dispersas conectadas entre sí por carreteras.

Este tipo de urbanismo se basa en la repetición seriada de la pareja “jardín-casa”, donde el jardín permite disfrutar de una naturaleza ordenada e inofensiva a la puerta: el arbusto, el árbol, las flores... Véase la serie de Michael Danner *Blue Suburban Skies* de 1999. El modelo lo que hace es “extender la nostalgia de la vida en la naturaleza a la vida en la ciudad” (Zaera-Polo 2010).

“La obra Arcadia muestra la socialización de los veraneantes en casas de campo holandés. El diseño arquitectónico homogéneo para construir casas de veraneo, tanto en las casas individualmente, como en la apariencia del conjunto, parece tener como objeto un mundo ideal y artificial: la Arcadia moderna. La adaptación de los turistas a sus entornos temporales, su búsqueda de algo que hacer en su nuevo tiempo libre, contrasta con este marco exterior”. (Meichsner 2006, traducción nuestra)

Si Arcadia refleja la continuidad de un modelo urbanístico que comenzó a mediados del siglo XX, la serie *Paraíso de Belinchón* refleja otro modo de desarrollo urbano americano. Como una forma evolucionada a partir del jardín-parque, de las exposiciones universales y del parque de atracciones aparece en Estados Unidos a partir de los años 50 un nuevo concepto para la diversión: el parque temático. En 1955 se inaugura Disneyland, el primer parque temático de la historia que no oferta las tradicionales atracciones, sino que basa su diversión en decorados y escenografías de distintos ambientes. Un modelo de generación de espacios públicos que se extenderá por todo el mundo: “la década de los setenta fue sin duda la era de expansión de los parques temáticos en EEUU, como los ochenta lo fueron en el resto del mundo” (Ten 1998). El desarrollo de este tipo de entornos está íntimamente relacionado con la programación televisiva como forma de liberación de la realidad de la posguerra. En 1954 la cadena ABC comenzó a emitir el *Disneyland TV Show* con el que millones de americanos ya podían imaginar el nuevo paraíso (Ibid.).

La huida de la realidad favorece la implantación de estas dos tipologías urbanas. El suburbio de casas uniformes —en este caso en su versión vacacional denominada resort— y el parque temático son dos modos extendidos de la cultura americana del ocio. Ya sea por la imposición o por la adoración de la cultura americana, lo cierto es que ambos modelos han tenido mucho éxito y lo siguen teniendo en el resto del mundo occidental.

Los fotógrafos han vuelto su mirada sobre esta tipología urbana en numerosas ocasiones, desde la irrupción de este tipo de urbanismo hasta nuestros días. En la serie *Still Life 2001* de Naoya Hatakeyama vemos el pueblo inglés de Milton Keynes como el telón de fondo de un film sobre la vida en los suburbios que ha perdido a sus actores (Berg 2005). Las primeras fotos en blanco y negro de William Eggeleston dan una visión realista de la vida cotidiana en los años 70 (Weski 2011, p. 145). La serie *Suburbio 1973* de Bill Owens retrata con humor

la vida en los suburbios americanos. Robert Adams realiza una crítica social retratando las urbanizaciones, las gasolineras o los centros comerciales en la serie *What we Bought: The New World*, fotografiando el área metropolitana de Denver entre 1970 y 1974. Dan Graham denuncia los “desafortunados efectos de la estandarización del movimiento moderno” (Chevrier 2004, p. 246) a través de una propuesta formal rompedora en *Homes for America*, 1967.

La lista sería interminable, y aún así la fotografía sigue preocupándose por la implantación del modelo rígido, homogéneo y estándar a lo largo del mundo. Observemos de nuevo las imágenes analizadas. Su nitidez y profundidad nos permiten ver todos los planos: el aire es limpio y cristalino. La luz cálida reafirma las formas sólo para dibujarlas mejor: las texturas son suaves y perfectas. El césped no es hierba, es una alfombra que se extiende bajo nuestros pies. La armonía está buscada en las formas, la luz, el color... la composición para construir una ilusión. El ideal en *Paraíso* o *Arcadia* se dibuja a través del azul del cielo, el verde del césped, el color crema de las paredes, el rojo de los tejados, el brillo de las torres del castillo: “el color brillante y saturado es el tecticolor con el que se construyen los sueños”, como explica Paul Graham refiriéndose a sus fotos de ‘casas’ de la serie *American Night* 2002.

El espejismo del sueño americano es literal, es un espejismo porque no es real más que en su propia imagen. Si el trabajo de Dan Graham *Homes from America* de 1966-1967, como explica Jeff Wall, “utiliza estrategias pseudo-preconfeccionadas, pseudo-pop y auténticamente situacionistas para realizar una crítica del minimalismo y del pop mediante una discusión del desastre arquitectónico del que ambos dependen, y puede ampliarse hasta el extremo de una crítica histórica del desarrollo cultural imperante en América” (Wall 2003, p. 95); el trabajo de los fotógrafos que nos ocupan se basa en la imagen televisiva, saturada y artificiosa. Para denunciar tanto el sometimiento del ideal romántico del armonioso suburbio ajardinado a los sistemas de la “promoción inmobiliaria” (ibid.), como la rendición del ideal del cuento de hadas al sistema de beneficios del parque temático. Igualmente críticos con el modelo socio-cultural y económico imperante Estados Unidos aunque las fotografías hayan sido tomadas en Europa.

1.2. La pesadilla

Pero qué pasa cuando la imagen no es del ideal...



Figura 3. Two Doors and Baby Swing de la serie Global Village. Andrea Robbins y Max Becher. (www.robinsbecher.com)

En la imagen *Two Doors and Baby Swing* de la serie *Global Village*, 2003-2005 [Figura 3] de la pareja de artistas formada por Andrea Robbins y Max Becher se nos coloca, en un primer vistazo, delante de unas chabolas de las

que se puede ver parte de su interior. Están construidas con maderas deslucidas y corroídas, y chapas oxidadas. Por una de las puertas abiertas podemos ver: un balancín y una casita de plástico pequeña debajo. No podemos ver más allá, la oscuridad, salvo un agujero en el techado, envuelve el resto de la estancia.



Figura 4. De la serie *Everyday Sublime/ Keepsake*. Daniele Pario Perra. (www.contraconcept.org)

En la fotografía de Daniele Pario Perra de su serie *Everyday Sublime/ Keepsake*, 2003 (Todos los días sublime /recuerdo) [Figura 4], podemos observar también una construcción en madera, pero cuidada en su factura: la cabaña tiene las paredes de madera con sano color y está cubierta con tejas y piedras. La construcción descansa apoyada sobre un muro de piedra, pero no sabemos si es una casa, un refugio o un almacén. La puerta también está abierta, en su interior nada significativo salvo una pared de ladrillo o madera ligeramente quemada. Afuera hay bidones y latas de combustible, y una antena parabólica con un cable hasta la construcción.

Contraponamos formalmente las dos primeras imágenes con estas otras dos. Si el color deslumbraba en las primeras, es su ausencia la que traza estas. El verde y limpio del césped deja paso al color tierra y a retazos de malas hierbas. El luminoso cielo azul no se ve, o deslumbra sólo en la parte superior. El interior es la oscuridad. El primer plano es lo que podemos ver: la fachada de las casetas es lo que nos interesa, no sabemos donde estamos, sólo delante de la puerta entreabierta. Los colores apagados, mates, desgastados, reafirman las texturas rugosas del telón que tenemos delante.

La construcción de la imagen ‘no deseable’ responde por lo tanto también a los clichés de la imagen imperante. Si los colores luminosos, la gran profundidad de campo, las formas ordenadas reflejan ‘lo bueno’; los colores deslucidos, las texturas desgastadas y la tierra reflejan ‘lo malo’.

Aunque a simple vista nos veamos ante la puerta de una chabola, en una y otra imagen, la serie *Global Village* 2003-2005 de Andrea Robbins y Max Becher [Figura 3] retrata un parque temático como podemos ver a través de los datos: “The Global Village and Discovery Center en Americus, Georgia es un pequeño ‘parque temático sobre la pobreza’ con la intención de educar a sus visitantes acerca de las condiciones de vida de las poblaciones más pobres del mundo. Global Village fue construido en 2003 por la organización sin ánimo de lucro Habitat for Humanity, una organización cristiana ecuménica dedicada a la eliminación de infraviviendas en todo el mundo. En 1976, Millard y Linda Fuller eligieron Americus, una ciudad de 18000 habitantes en Sumter County, Georgia, para establecer la sede de Habitat for Humanity. La organización ha tenido mucho éxito construyendo viviendas asequibles en todo el mundo y es considerada un modelo de organización sin ánimo de lucro. Este éxito se debe en parte a la visión de los Fuller de educar y transformar la opinión pública a través de una combinación de turismo y voluntariado. Millard afirmó: ‘A la gente le gusta ver lo que su dinero paga. Se sabe que los estadounidenses apoyarán todo de lo que se pueda sacar una foto. (...) Hoy en día, tanto los individuos como las organizaciones

que deseen llamar la atención sobre estas condiciones han de ir más lejos para explicar como sería vivir en la pobreza'. Una de las exposiciones del Centro es 'Vivir en una zona empobrecida', un collage de algunas de las peores viviendas de los barrios marginales de América Latina, África y Asia. Conectadas por una red de caminos cada construcción representa una función diferente: una escuela, una tienda, o un hogar, basándose en fotografías y una cuidadosa investigación". (Robbins y Becher 2003-2005, traducción nuestra)

La expansión de la ficción de los parques temáticos no se basa por lo tanto sólo en la reconstrucción del ideal. Lo deseable, pero también lo que no lo es puede ser su tema, lo interesante es colocar al espectador en el ambiente que recrea ya sea el paraíso o el infierno. Sin embargo, aunque intuyamos cómo se puede llegar a vivir en esas condiciones, el espacio está vacío, sus pobladores no están. ¿Dónde están los niños que jugarían con la casita de plástico en el suelo de la chabola, el del balancín, la madre que los cuida...? Sólo podemos ver el escenario que les cobijaría. Es como la naturaleza domesticada por el jardín del sprawl: se puede disfrutar de ella sin necesidad de exponerse a sus peligros. La ficción sirve entonces para disfrutar de una aventura controlada, para tomar una instantánea curiosa en el tiempo de ocio y, además, para recordar la labor de la institución como si de un anuncio televisivo se tratara.

Como hemos visto, el trabajo de Daniele Pario Perra [Figura 4] responde a los mismos presupuestos formales que *Two Doors and Baby Swing* de la serie *Global Village*. Sin embargo muestra un contexto completamente diferente. El refugio que retrata se presenta como una forma lateral de construcción, no es arquitectura. Enfrentada a la estandarización en los modos de edificación, está hecha con las propias manos y a partir de materiales reutilizados. Según las propias palabras de Daniele Pario Perra la fotografía hace visible lo que nos encontramos en nuestros caminos diarios pero que no solemos ver: lo cotidiano invisible que contrapone la riqueza y la pobreza: "Es una serie de fotografías que examinan la vida diaria a través de algunos detalles. El rápido crecimiento económico y las transformaciones sociales de nuestro tiempo afectan a las decisiones diarias y nuestro nivel de vida modificando el consumo y el comportamiento social. La investigación revisa objetos, situaciones o conductas que expresan una profunda contradicción entre la pobreza y la riqueza, entre el minimalismo y la opulencia presente en la moderna sociedad de consumo. El resultado es la recopilación y catalogación de imágenes ricas en contradicciones culturales y fuertes contrastes visuales, pero, no obstante, vinculado a la poesía de las pequeñas cosas".

En la fotografía elegida de la serie *Everyday Sublime/Keepsake* [Figura 4] se pone de relieve la contradicción entre la construcción perfecta y la que se construye con retazos contradictorios de la sociedad: los materiales utilizados en la construcción (de desecho o reutilizados) y la tecnología de conexión con el mundo exterior. La contraposición nos muestra el elemento discordante de la imagen: la antena parabólica, el orden y lo geométrico en sus formas la delatan.

1.3. Entrar o mirar

Colocados delante de las imágenes, a la puerta de las chabolas [Figuras 3 y 4] podíamos ver su interior porque las puertas estaban abiertas. Pasa, nos dicen, las imágenes. Sin embargo, la utopía representada en *Paraíso y Arcadia* [Figuras 1 y 2] está reservada: estamos fuera y allí es donde permaneceremos.

El alto castillo [Figura 2] está a lo lejos, detrás de la pequeña inclinación por la que nos podemos acercar a él, no estamos justo delante, aunque la mirada —estamos ya lo suficientemente cerca— nos obliga a mirarlo hacia arriba. La imagen dibuja el camino que nos queda hasta acercarnos a él. El horizonte siempre queda al fondo del paisaje apaisado y, sin embargo, fuera de nuestro alcance.

La imagen de las casas de veraneo [Figura 1] es más contundente. Como si de un paraíso infantil se tratara, la imagen vertical prioriza las casas: primero las de juguete, después las de ensueño, y las retrata en ligero picado para decirnos que ya no somos unos niños. Pero si todavía quisiéramos pasar nos tendremos que enfrentar con el control de la garita de juguete que se encuentra justo en primer plano. Una niña en su interior protege de los intrusos la utopía con una pistola de agua. El juego está definido, las puertas están cerradas, y nosotros somos ya mayores para entrar. Si vienes a romper el sueño, generado por la estandarización y homogeneización que nos hace ricos y libres, no podrás entrar.

“Con la industrialización, el “Taylorismo” se hizo popular. Esta corriente mantiene que lo estandarizado ayuda al ser humano a ser rico y libre. La estandarización de casi todos los sectores de nuestra vida conlleva la necesidad de lo contrario, es decir, la necesidad de la desviación y la diversidad tanto en nuestro trabajo como en nuestro tiempo libre. La individualidad se ha convertido en algo muy importante. La decisión de mucha gente de pasar sus vacaciones en una copia estándar de su casa diaria en cientos de construcciones parece ser absurda. En cualquier caso, el turismo en las casas de veraneo sigue en auge”. (Meichsner, 2006, traducción nuestra)

Invitados estamos a la visión no deseable. A la utopía sin embargo tenemos vetado el acceso, aunque eso sí, podemos mirarla.

Las fotografías de la utopía —distopía— utilizan los recursos pictorialistas y figurativos de la imagen publicitaria y televisiva para denunciar la ficción a partir de la que se construye el ideal.

Two Doors and Baby Swing de la serie *Global Village* [Figura 3] representa también algo que está hecho para mirar, o más bien, como dijo Millard, para que la gente pueda sacar una foto, tranquilamente añado yo, de lo que su dinero paga. Pero cuando lleguen a casa tendrán que contar qué es lo que hay en la foto: lo que se ve, necesita ser explicado. La reconstrucción en el parque temático de las chabolas es limpia, la colocación de los objetos está pensada para la fotografía, la pulcritud en el montaje y la obtención de los objetos está más allá de la propia imagen, está en el paso de la mirada a la reacción del espectador. “Las reconstrucciones muestran barrios marginales, pero combinan objetos importados y locales. Debido a que la exposición se ha concebido más como una llamada al público que como una mera exhibición, toca de algún modo el lado sentimental del público y culpa de la pobreza mundial a la corrupción regional y la mala gestión. Por lo general *Global Village* evita un debate sobre la responsabilidad estadounidense, su política económica y el papel histórico de los misioneros cristianos en el proceso de colonización. Irónicamente, según el censo del 2000, el 44% de los menores de 18 años y el 20% de los mayores de 65% viven por debajo del umbral de la pobreza en Americus. *Global Village* tiene planes para incluir un ejemplo de vivienda pobre americana en un futuro próximo”. (Robbins y Becher 2003-2005, traducción nuestra)

El contraste de *Global Village* [Figura 3] con *Paraíso* [Figura 2] y *Arcadia* [Figura 1] está en la imagen, pero lo que reacciona a partir de estas tres series es la pregunta ¿cómo se generan las imágenes? Lo que se retrata está hecho para mirar, pero lo que se mira en las fotografías está hecho para reflexionar sobre la propia imagen. Imágenes de imágenes que están hechas para mirar. El espejismo es tan real que hace concretas las imágenes en construcciones arquitectónicas reales.

La ciudad de Las Vegas es un gran ejemplo de esta forma de generar imágenes. El Nueva York de la localidad de Nevada, construido a escala 1/2, es una versión de la imagen de Manhattan en el propio desierto. Muchos fotógrafos han fijado su mirada en él. Axel Hutte en su fotografía *New York, Las Vegas* de 2005, dibujando la silueta noc-

turna de la ciudad. Olivo Barbieri con la fotografía Las Vegas (NY,NY) de 2005, de su serie Site Specific donde la visión macro parece retratar la maqueta de lo real . O los propios Andrea Robbins y Max Becher en un su serie Nueva York, NY, Las Vegas, NV de 1996, retratando el perfil copiado que se dibuja en el horizonte de la ciudad.

Las fotografías retratan lo que ha saltado de la propia imagen a la construcción sólo para ser mirado. Los artistas retratan el estereotipo de lo mejor o de lo peor construido a través de lo falso que sólo se puede mirar, como sólo se podía mirar su imagen.

La fotografía que hemos seleccionado de la serie Everyday Sublime/ Keepsake [Figura 4] nos habla de lo mismo desde otro punto de vista. Acostumbrados como estamos a las imágenes y a su aplicación concreta no vemos más allá. Lo que retrata no se ve porque no se mira, lo que vemos no esta hecho para ser mirado y fotografiarlo. No hace sino ponerlo en relieve, visualizándolo. Aún así el contraste permanece, aunque no lo veamos, la fotografía retrata que el contexto es capaz de ver la imagen que construye el mundo: la antena parabólica llevará hasta su interior las imágenes dignas de ser vistas. La contradicción entre la economía globalizada y la vida diaria se hace palpable en el retrato.

“¿Ha sustituido la imagen pública a un espacio público perdido? Son demasiados los artistas contentos con la proyección de una imaginaria distanciada en un entorno de imágenes públicas regidas por el único principio de la conmoción visual. (...) El problema va aún más allá: hoy en día, el propio espacio público se convierte en imagen. En el contexto de la competencia económica entre ciudades (a escala nacional, regional y global), el espacio público es tratado como una realidad concreta para usarlo como reclamo promocional. En consecuencia se caricaturizan los efectos de la exclusión de la norma social. El ciudadano —o la persona desafortunada que no goza de semejante derecho— debe esforzarse para estar en la foto, o componerse como pueda una identidad étnica para compensar la falta de integración social. Esta construcción de la imagen urbana pseudopública se hace claramente patente en el terreno de la arquitectura, a veces para mejor, muy a menudo para peor. Como recordaba Philippe Genestier, la estetización del espacio público urbano no puede ofrecer una solución a los males de la sociedad contemporánea”. (Chevrier y David 2006, p. 225-227)

¿Por qué los turistas escapan en sus vacaciones a los mismos espacios artificiales en los que viven día a día?, ¿por qué pasamos nuestro tiempo libre en el cuento de los buenos?, ¿por qué no hay chabolas americanas en Global Village?, ¿por qué aparecen los artefactos culturales mayoritarios en todos los entornos construidos por los hombres?... son las preguntas que se hacen estos fotógrafos. En resumen: ¿por qué la gente quiere vivir en la imagen segura, muerta, perfecta, artificial?, ¿por qué la imagen ha suplantado a la realidad? El trabajo llevado a cabo por las películas de Disney ha obtenido su resultado. Los buenos son buenos, los malos son malos, los matices, las peculiaridades, han desaparecido. Pero esta posición ignorante dibuja la imagen de lo bueno y limpia la imagen de lo malo para que podamos hacernos una foto.

Conclusiones

Tendremos que tener cuidado de los riesgos que esto implica. La concretización de la imagen en la propia realidad, la fabricación urbanística de la utopía, pone de manifiesto su propia definición: lo que no puede llegar a ser y lo que en realidad es.

“Evocar el mundo antes del pecado es, evidentemente, invitar a repetir el pecado; hay poco peligro de que se acabe con éste. Pura tradición cultural, aunque remontemos hacia la noche de los tiempos”. (Gautier 1996, p. 113)

“La casita de chocolate encontrada por Hansel y Gretel era en realidad un señuelo construido por una bruja para atraerlos: la vieja aparentaba ser muy buena y amable, pero, en realidad, era una bruja malvada que acechaba a los niños para capturarlos, y había construido la casita de pan con el único objeto de atraerlos. Cuando uno caía en su poder, lo mataba, lo guisaba y se lo comía; esto era para ella un gran banquete” (Hermanos Grim). La evocadora construcción del ideal remite siempre directamente a sus riesgos.

Las fotografías de la casa y el espacio público retratan como se parece, cada vez más, a la imagen idealizada a sí misma. La artificiosidad a través de la que se construye denota la falsedad: vivir en un sueño. Tenemos que tener cuidado de que no se convierta en una pesadilla. A pesar de ello no podremos escapar de la imagen ni en la construcción invisible construida por nuestras manos. La imagen está allí donde construyamos nuestra identidad, nuestro hogar o nuestra plaza.

Referencias

Berg, Stephan. “Desde la Distancia”. 26ª Bienal de Sao Paulo en MAC Santiago de Chile. Recuperado de www.mac.uchile.cl/exposiciones/bienal2005/

Brueckner, Jan K. “Urban Sprawl: Diagnosis and Remedies”. *International Regional Science Review* 23, 2: 160–171 (April 2000)

Chevrier, Jean Francois y David, Catherine. “La actualidad de la imagen” en *La fotografía entre las bellas artes y los medios de comunicación*. GG, Barcelona 2006.

Chevrier, Jean Francois y Lingwood, James. “Otra objetividad” en *Efecto real, debates posmodernos sobre fotografía*. Ribalta, Jorge (Ed.) GG, Barcelona 2004

Gautier, Guy. *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Catedra, Madrid 1996 (1981)

Grim. Hansel y Gretel “La casita de chocolate” Recuperado de www.grimmstories.com

Martín, Alberto entrevista a Paul Graham: “El ‘sueño americano’ es un espejismo al revés” *EL PAÍS* 11/11/2006

Meichsner, Andreas. www.andreasmeichsner.de

Pario Perra, Daniele. *Everyday Sublime/ Keepsake*. Recuperado de www.contraconcept.org/artworks/everyday%20sublime/EVERYDAY%20SUBLIME%20TEXT%20IT.doc

Robbins, Andrea y Becher, Max. 2003 - 2005 www.robbsbecher.com/GlobalVillage.html

Ten, Antonio E. “Los nuevos paraísos. Historia y evolución de los parques temáticos”. Instituto de estudios documentales e históricos sobre la ciencia (CSIC – Universidad de Valencia) Facultad de Medicina. Artículo publicado en la revista *ARBOR*, del Consejo superior de investigaciones científicas (España), vol CLX, pp. 109-131, (1998) Recuperado de www.uv.es/ten/p831.html

Venturi, Robert. *Aprendiendo de Las Vegas, El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. GG Reprints, Barcelona 1998 É Wall, Jeff. “Kammerspiel de Dan Graham” en *Ensayos y entrevistas*. Casa, Salamanca 2003

Weski, Thomas. “William Eggleston. Before colour. Perfectamente complejo, aún así”. *Génesis*. Volumen 1. Ivorypress, Madrid 2010.

Zaera-Polo, Alejandro. Declaración extraída de *Arquitectura / tres14*. programa de RTVE. Emisión, domingo 19 de diciembre 2010. Recuperado de www.rtve.es/television/20101213/arquitectura-tres14/385937.shtml

LA INTEGRACIÓN DEL ARTE Y LA CREATIVIDAD EN CIUDADES ANTAGÓNICAS: ESTOCOLMO Y NUEVA YORK

Paloma Diaz Soloaga

Resumen

En el presente trabajo se comparan dos ciudades representativas de dos modelos sociales de distinto corte político y económico, casi antagónicas: Nueva York y Estocolmo; así como algunas de sus manifestaciones de arte en espacios públicos.

Palabras clave

Arte, Nueva York, Estocolmo, industria cultural

Abstract

On this paper I compared two representative cities of societies with economic and politic models than can even be antagonist: New York and Stockholm; as well as their expressions of art in public spaces.

Key words

Art, Brands, New York, Stockholm, Cultural Industry

Introducción

Los modelos económicos y políticos de las distintas sociedades configuran un aspecto claramente diferenciador en las ciudades. Las planificaciones sociales que se desarrollan a partir de una determinada elección política dejan también su huella visible en las calles, las plazas, los puentes de las urbes modernas; ahora más que nunca en el pasado (Domínguez Sánchez-Pinilla, 1997). El espacio que las marcas comerciales ocupan en los lugares comunes abiertos como las calles o cerrados como el metro o incluso la posibilidad que tienen de acceder a escuelas, institutos o universidades también queda señalado por la opción que los ciudadanos eligen en las urnas durante décadas y que configura un determinado paisaje urbano y social.

Nadie discute que el resultado de la aplicación de una política basada en un pensamiento político liberal es bien distinto de la persecución del Estado del Bienestar. Según el primer modelo, la injerencia del Estado en los asuntos de la economía, el transporte, la salud deben ser los mínimos imprescindibles. Si un principio prima sobre los demás con preeminencia este es el de la subsidiariedad: es decir, la aplicación del máximo respeto al derecho a la autorregulación. En ese sentido el desarrollo de las sociedades anglosajonas, en particular la norteamericana y la británica, se presentan como modelos de liberalidad en las regulaciones económicas y la facilidad para establecer relaciones comerciales con la mínima regulación posible por parte del Estado.

En el segundo modelo, el Estado del Bienestar, el Estado asume la responsabilidad de proteger el Bien Común de sus miembros, asegurando la protección de un conjunto de bienes públicos, evitando que los intereses privados de individuos o colectivos dificulten de algún modo del acceso universal a dichos bienes sociales. Dentro de estos bienes estará el transporte público, el sistema de salud y protección frente al desempleo, la educación y una cierta protección frente a la excesiva búsqueda de lucro por parte de las empresas (Esping-Andersen y Palier, 2010). Se pretende así prevenir posibles amenazas a la economía local como son el monopolio o el oligopolio de las grandes empresas nacionales o multinacionales (Izquierdo y Torres, 2010).

Un ejemplo claro de este hecho podría ser la impresión que se recibe la primera vez que se viaja a ciudades como Estocolmo en Suecia, Brno en la República Checa, Riga en Letonia, o Split en Croacia, que no es comparable con el impacto de visitar Londres en Reino Unido o Nueva York en los Estados Unidos de América. Lejos de consideraciones acerca del volumen de dichas ciudades emerge el carácter que la publicidad imprime a la urbe.

El presente trabajo se centra en la elección de dos ciudades escogidas como representantes de cada uno de los modelos citados. Para ello se realizaron trabajos de campo en dichas ciudades y un estudio tanto de la obra creativa de autores independientes y espontáneos como de las creaciones de obras encargadas por instituciones públicas, marcas comerciales o entidades con ánimo de lucro.

Conviene no perder de vista el hecho de que en las sociedades occidentales la importancia que se concede al arte es muy singular. La valoración de las distintas formas de arte contemporáneo en sus distintas vertientes altruistas o lucrativas —y que comprenden la música, el diseño, la moda, o incluso la decoración— es muy alta. Por parte de la intelectualidad se le atribuye incluso un papel superior hasta el punto de respetar al artista en sí mismo, por encima de su obra creativa. Este fenómeno hace que la sociedad en su conjunto aprecie y guste el arte, incluso en sus formas más comerciales. Y es también el motivo de que tanto instituciones como marcas comerciales persigan con interés vincular su nombre al de ciertos autores o, sencillamente, a productos artísticos anónimos.

Espacio privado, espacio cerrado, espacio público

Tanto en los modelos sociales de corte liberal como en los de corte social, el espacio público y el privado tienen sus funciones fundamentales e inalienables; son lugares de convivencia, trabajo y esparcimiento. Son entornos de encuentro, de consenso, de descubrimiento y de afinidad entre ciudadanos, instituciones y empresas.

Tradicionalmente el espacio habitual de la creación y exhibición artística ha sido cerrado y privado: salas de exposiciones o museos, colecciones privadas por citar algunos ejemplos. El pintor, escultor, instalador, arquitecto, diseñador gráfico por su parte necesita de un lugar privado, tanto física como espacialmente aislado, que facilite el desarrollo de su inspiración. La obra de arte en sentido amplio, sólo puede ser mostrada a los demás, cuando

previamente ha sufrido un encuentro desnudo y singular con su creador. El autor encuentra la armonía y el equilibrio de la pieza que posteriormente mostrará a los demás.

Sin embargo para muchos artistas, la calle con sus particulares condicionamientos es un modo más de expresión. Este fenómeno lejos de ser actual tiene muchos ejemplos en el pasado. En lugar de oleos o mármol, utilizan metales o material de construcción. En lugar de lienzos eligen paredes con texturas diversas, automóviles, bicicletas, soportes urbanos como marquesinas, tótems o papeleras para expresar su arte. También varían las dimensiones puesto que en el espacio público todo se magnifica enormemente. Los materiales que deben ser resistentes a las inclemencias del tiempo y a la exposición directa al público que puede tocar directamente la obra de arte o la instalación, incluso disfrutar de su actividad, cuando esta es una fuente de agua para el recreo o una instalación audiovisual cambiante, como es habitual por ejemplo en la obra de Jaume Plensa, por citar un ejemplo preeminente.

En ocasiones, como resultado de un deseo de establecer colaboraciones entre las instituciones gubernamentales y artistas se llevan a cabo instalaciones artísticas en calles, fuentes, plazas, pasillos de metro. Otras veces, el propio artista es quien elige el espacio público, y sin pedir permiso a una instancia institucional decide utilizarlo como soporte para su obra, convirtiendo este hecho en un acto vandálico perseguido por la ley y el orden público.



Figura 1: Obra gráfica del Meatpacking district de Nueva York. 2011

El caso más común es el de los grafiteros aunque hay que decir que otros artistas o grupos de artistas también utilizan espacios públicos para difundir su obra, adornar la ciudad o sus exponer sus reclamaciones. En esta línea se expresa la obra de Magda Sayeg, creadora del movimiento Knitta, please, que consiste en cubrir elementos funcionales de la ciudad (bocas de riego, postes señaladores del nivel de nieve en la carretera...) u otros elementos como bicicletas o autobuses con piezas a medida, tejidas con lana de colores.



Figuras 2 y 3: Obras decorativas de Magda Sayeg, en Mexico y Estados Unidos 2008 y 2009



Figura 4: Bicicleta con cobertura de lana tejida. Puente de Brookling. Nueva York, 2011

Aunque en este trabajo no nos referimos exclusivamente a los llamados “artistas urbanos” o “artistas gráficos de la calle” sino a todas aquellas colaboraciones entre arte y ciudad que dan como resultado un embellecimiento expreso de los lugares públicos, que forman parte del bien común del que disfrutan todos los ciudadanos.

Nueva York: el laboratorio de ideas del mundo

En el caso de Nueva York, epítome de una sociedad neo liberal, la propia silueta de la ciudad, su sky line, llama la atención y nos recuerda la juventud de su historia, especialmente si se compara con las ciudades citadas anteriormente, al tiempo que resalta la frenética actividad mercantil que determina el fin principal de la ciudad (Salin, 2008). En Nueva York, las marcas comerciales engullen gran parte del trabajo creativo de muchos artistas jóvenes o ya consagrados. Al mismo tiempo son cada vez más las marcas que en sus tiendas fusionan la obra creativa de artistas de vanguardia con su propia instalación o con el producto que venden. Precisamente el fuerte capitalismo liberal de la sociedad norteamericana impulsa este maridaje que facilita la proyección principalmente de artistas emergentes, al tiempo que les ayuda a consolidar su obra y darla a conocer en los mercados internacionales del arte.

Un ejemplo que ilustra bien estas colaboraciones es el de Prada y su tienda del SOHO de Manhattan. Esta tienda concepto –concept store-, es entendida por la marca como un museo donde se expone la venta de producto es tan importante como la exposición de una obra artística de vanguardia o la obra de diversos autores como James Jean.



Figuras 5, 6 e 7: Escaparates y publicidad de la marca PRADA a partir de la obra de James Jean. NuevaYork, 2007.

Para esta marca comercial NuevaYork es el mejor escaparate del mundo: todo lo que esta marca realice en este lugar, entendido como un lugar de experimentación y diseñado por uno de los mejores arquitectos del actual momento, Rem Koolhaas, se proyecta internacionalmente gracias al poder amplificador de los medios de comunicación, en particular las redes sociales.

Otra manera en la que la ciudad significa un museo abierto al mundo y una gran oportunidad de darse a conocer es a través de la exposición de obras al aire libre, en las calles, plazas o fuentes de la ciudad. Para eso se precisa de la intervención de las instituciones públicas que autorizan y en ocasiones financian la instalación. En la ciudad de NuevaYork la autonomía administrativa de los diferentes distritos agiliza la tramitación de instalaciones en la calle. Estas instalaciones pueden tener como fin la mera decoración artística del área en cuestión o ser el resultado de una alianza comercial con alguna firma en concreto.

Un primer ejemplo es el del artista Tom Otterness que poco a poco, en varios años, ha ido decorando el metro de NuevaYork, conocido por su oscuridad, suciedad y, en términos generales, la deficiencia de su servicio, con pe-

queñas figuras metálicas que representan curiosas escenas de una pareja de trabajadores. Estas figuras no escapan a un buen observador y permanecen escondidas para aquellos que nos prestan atención: su tamaño es pequeño y a veces están escondidas bajo escaleras o en rincones oscuros.



Figuras 8 y 9: *Hobrecillos de Tom Otterness. Metro de Nueva York. 2011.*

Por último conviene citar que el año 2011 fue de capital importancia para la ciudad de Nueva York. El 10º aniversario del brutal atentado contra las torres gemelas World Trade Center, puso Nueva York en el centro de las miradas tanto para el Gobierno de la nación como para el propio alcalde de la ciudad, Bloomberg. Uno de los objetivos centrales del año ha sido demostrar a la nación entera la hegemonía que el país sigue teniendo a nivel económico y político. No es casual que la detención y muerte de Osama Bin Laden haya tenido lugar en este año. Por otro se ha procurado transmitir esperanza a los habitantes de una ciudad que aún arrastra el dolor por el golpe recibido. Ese es el motivo por el que este año se han dado, más que nunca, colaboraciones entre el ayuntamiento y la obra de diversos autores, muchos de ellos coloristas, vitales y alegres.

Para ilustrar ambos casos pondremos el ejemplo de la obra del artista suizo, afincado en Nueva York Urs Fischer. Este artista ya consagrado instaló durante el año 2011 un oso de peluche gigante iluminado por las noches con un flexo. Esta obra, creada en el 2006 y que ya ha sido exhibida en otras localizaciones exteriores, salió a la venta con un precio de 10 millones de dólares. Es un buen ejemplo de la calle como gran museo abierto, que ayuda al autor a mostrar su obra al tiempo que crea un entorno de creatividad viva en la ciudad y, en este caso concreto, al tratarse de un distrito con gran actividad empresarial, restar seriedad.



Figuras 10 y 11: "Osito de peluche con flexo" de Urs Fischer. Nueva York, 2011.

Otros dos ejemplos similares son la instalación de una obra del artista chino Ai Weiwei que precisamente en los días de la inauguración estaba retenido por el gobierno chino por un supuesto delito de evasión de impuestos. Weiwei ya había sido detenido y torturado anteriormente por la policía china a raíz de sus críticas al sistema político del país comunista. Aun así a la inauguración de la instalación a la que asistió el alcalde de Nueva York, tuvo lugar el día previsto como un modo de resistencia contra la intolerancia del comunismo chino y para recordar a los ciudadanos de Nueva York que la ciudad continúa siendo un lugar libre donde encuentran su espacio los artistas de todo el mundo. Su obra, "Círculo de animales o Cabezas del zodiaco" expuesta en una fuente junto al conocido Hotel Plaza está inspirada en otra fuente, esta vez la de un palacio imperial chino del siglo XVIII.



Figuras 12 y 13: "Circle of Animals / Zodiac Heads" de Ai Weiwei instalada en la fuente de la Grand Army Plaza. Nueva York, 2011.

Por otro lado está la obra de Will Ryman, artista neoyorkino, bien cotizado y que se caracteriza por sus obras gigantescas y coloristas. A principios de año, en febrero de 2011, la elitista zona de Park Avenue despertó una mañana con la obra de Ryman que pretendía adelantar al la primavera y derretir las heladas calles de la ciudad.



“Flores” de Will Ryman instaladas en una mediana de Park Avenue. Nueva York, 2011.

La obra del escultor español Jaume Plensa también animó el espíritu de los neoyorkinos y los turistas en el verano del 2011. Este autor, conocido por la inclusión del rostro y la figura humano en casi todas sus obras, expuso Echo: la cabeza gigante de una niña, con rasgos orientales y con una actitud de serenidad, equilibrio y de gran belleza. Esta escultura, expuesta en Central Park, creó una sensación de tranquilidad que la ciudad de alguna manera también reclamaba ante el próximo aniversario del 11 S.



Figura 16: “Echo”, de Jaume Plensa. Central Park. Nueva York, 2011.

Por último tenemos el ejemplo de un tercer tipo de actividad creativa que, en este caso, pretende involucrar a otras instituciones en su actividad. Es el caso ya citado de la asociación entre empresas y artistas o creadores. La motivación de las compañías es la de ir construyendo universos de valor en torno a las marcas, de manera que al posicionarse en las mentes de los consumidores, de manera inmediata se les asocie a determinados valores.

La marca de cerveza Becks tiene gran interés en asociarse con el mundo de la creación digital en sus versiones musical, diseño gráfico moda y artístico. Por eso desde hace tiempo comisiona un proyecto internacional para agrupar autores digitales de todo el mundo. Durante unos meses del año 2011 ha instalado cajas verdes en siete

ciudades de distintos países (Estados Unidos, Reino Unido e Italia), con la intención de recopilar durante un año en su interior las creaciones de gente anónima que tiene algo que contar al mundo del arte. Posteriormente en el año 2012 se expondrá las obras ganadoras de manera que puedan ser apreciadas a nivel mundial por todos aquellos interesados en el arte digital contemporáneo. Además de las redes sociales, un modo de llamar la atención de los participantes fue colocar falsas puertas verdes en lugares estratégicos de cada ciudad donde se iban a instalar las cajas verdes. En el interior de las puertas se explica parte del proyecto al tiempo que se remite al interesado a una de las cajas verdes donde podrá subir su propuesta digital de música, arte o diseño gráfico. Este último ejemplo, sin llegar a ser una forma de arte en sí mismo, sí que significa una cierta “invasión” creativa del espacio que es común a todos. El interés altruista de la marca comercial al proponerse la búsqueda de nuevos artistas “justifica” esta ocupación, por el beneficio que supone para el bien común.



Puertas verdes anunciando el concurso Green Box Project de Becks. Dumbo. Nueva York. 2011.

Detrás de estos ejemplos se comprende bien que la ciudad puede ser entendida como es un espacio que ofrece oportunidades para artistas que comienzan su trayectoria o para otros con una larga experiencia. En ambos casos, son las instituciones públicas quienes buscan una alianza con el arte para lograr ciertos objetivos, en otras ocasiones son las marcas comerciales las que se dirigen al arte para conseguir vincularse al universo de valor del arte y por último encontramos al artista, en ocasiones anónimo que exhibe su obra en la calle a veces para embellecerla y en otras ocasiones como protesta contra el propio sistema. Caminar por las calles de Nueva York, especialmente por sus circuitos artísticos, fuera de los comerciales, se convierte en una experiencia singular y única en el mundo, donde se dan cita estas tres formas de creación y exhibición de arte.

Estocolmo: la fusión entre naturaleza, arte y cultura

Podría decirse que en el extremo contrario a Nueva York se encuentra Estocolmo. Capital de Suecia, país que ha sido paradigma durante décadas, y hasta hace pocos años, del llamado Estado del Bienestar. En esa ciudad la creatividad de los artistas se manifiesta integrada en el paisaje urbano, en ocasiones como un modo planificado

por la autoridad competente de decorar el espacio público, pero de manera independiente a las intenciones económicas. Por otro lado, también es posible ver arte decorando el mobiliario urbano, el metro o, incluso, con las propias imperfecciones de la ciudad con la intención de embellecer los lugares públicos.



Figuras 19 y 20: Pintada junto a un desconchón y papelera decorada. Estocolmo, 2011.

Con todo, Estocolmo al igual que otras ciudades anteriormente citadas, parecen ajenas a la colonización del anuncio para una persona acostumbrada a la invasión comercial de las marcas. Aun así siendo creativas dejan un espacio —a veces más robado que cedido— a la genialidad de sus artistas, casi siempre, locales.

En esta ciudad, y en general en todo el país, las instituciones gubernamentales asumen la protección del bienestar físico y estético de sus ciudadanos. Por eso se procura que los entornos públicos siempre estén bien atendidos, limpios y cuidados, puesto que es parte del compromiso social de los partidos en el gobierno prometen a los vecinos de la ciudad.

A las consideraciones anteriormente citadas se puede añadir que la climatología de este país no facilita el que las personas puedan realizar largos recorridos a pie durante los largos y oscuros inviernos de Suecia. Por este motivo, los espacios públicos cerrados son cuidados con mayor atención y esmero que en otros países. Habitualmente, como en cualquier otra capital, las personas realizan largos desplazamientos diarios para llegar a su lugar de trabajo o para acudir al centro de la ciudad para realizar gestiones administrativas. A esto hay que añadir la fuerte conciencia social que el país tiene respecto al uso de la energía así como hacia la conservación del medio ambiente (Echechurri, 1983). Para los suecos el entorno natural es parte importante de la calidad de vida que quieren proteger y disfrutar. Los espacios verdes de la ciudad son amplios y abundantes, y es posible por ejemplo ir caminando desde la propia ciudad hasta un gran lago cuyas aguas permiten el baño y la práctica de deportes acuáticos, lo que es índice del respeto con el que se tratan los espacios públicos. No es raro ver durante el invierno decenas de personas caminando a diario, aun en días de intenso frío, para satisfacer su gusto por el contacto directo con la naturaleza y cuidar de su salud.

Por todos esos motivos no solo se fomenta institucionalmente el uso de los medios públicos de transporte y de los medios de locomoción no contaminantes, sino que es algo bastante asumido en la conciencia ciudadana del país. Esto también es posible gracias a que siendo uno de los países del mundo con mayor renta per cápita, sin embargo no es el país donde la ostentación sea un rasgo definitorio de sus miembros; antes al contrario, el ahorro y la previsión son vistos con admiración y gozan de aprobación social.

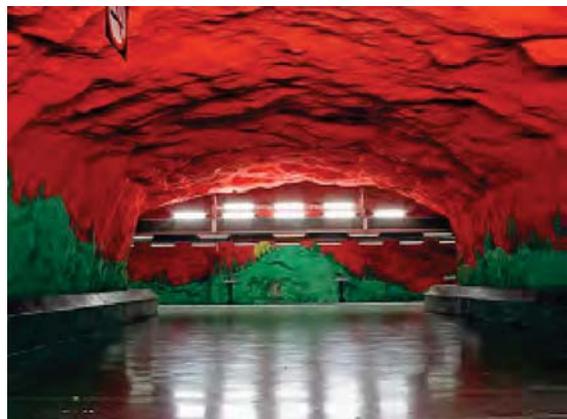
Una de las primeras cosas que salta la vista al visitante turista es que Estocolmo es una ciudad donde se pueden encontrar muchas esculturas de corte clásico, como en casi todas las ciudades europeas y, al mismo tiempo, esculturas modernas en plazas y jardines. Hay una clara intención de crear espacios donde cultivar lo bello, hacer un guiño inteligente a los ciudadanos o entretener la monotonía de los bloques de viviendas.



Figura 21: *The Iron Man. Estocolmo. 2011*

En esta línea también se entiende entonces que un servicio público como el del metro esté decorado y que en su interior se recreen diferentes escenarios o que se preste espacio para instalaciones artísticas de distinto tipo.

Como puede apreciarse la presencia de la creatividad y el diseño gráfico están presentes con la finalidad de mejorar la estética y facilitar un espacio agradable a los usuarios del metro. Es interesante especialmente por el gusto sencillo, minimalista y depurado de los suecos que aprecian sin embargo, la justa ornamentación de los grandes espacios vacíos y neutros del transporte metropolitano.



Figuras 22 y 23: *Metro de Estocolmo. 2011.*



Figuras 24: Metro de Estocolmo. 2011.

No deja de llamar la atención del investigador el hecho de que por un lado se fomente la exhibición de obra gráfica anónima en un lugar como el metro y por otro lado se esgrima la tolerancia cero hacia el grafiti en toda Suecia. Particularmente en un país que de manera histórica se ha caracterizado por su liberalidad y apertura a toda manifestación de expresión y libertad individuales. Un ejemplo reciente de esta política lo encontramos en la normativa que este verano impidió los anuncios de la feria “Art of the Streets” que se celebró por segunda vez en 2011 con cerca de 6.000 visitantes y que tiene la intención de extenderse a otras ciudades Suecas.



Figura 25: Carteles anunciando Art of the Streets 2011. Estocolmo.

No hay que perder de vista que en el caso del grafiti, hay siempre un alto componente de riesgo y violación de la norma. El grafiti existe como modo de provocación al orden público y de asunción de riesgos, además de otras finalidades como la artística: no todos los grafitis son igual de buenos o sugerentes (Doucet, 2009).



Figuras 26, 27, 28 y 29: Arte gráfico en Estocolmo, 2011.

Con todo, puede decirse que el estilo gráfico de la ciudad de Estocolmo no tiene el componente de denuncia de caracteriza a ciudades como Nueva York donde también los barrios marginales y las bolsas pobreza son más grandes.

Por último queda decir que en el paisaje urbano de la ciudad de Estocolmo, a pesar de la interacción entre instituciones, empresas y artistas, continúa prevaleciendo la ausencia de intereses comerciales. Las marcas no han conquistado los espacios públicos, tanto abiertos como cerrados a pesar de que existe hay una clara intención decorativa por parte de las instituciones.

Ciertamente en las sociedades europeas el peso de las tradiciones es muy superior al que existe en los Estados Unidos, donde la juventud de la nación todavía no ha dejado el poso cultural que es posible apreciar en una ciudad como Estocolmo. Esta realidad también tiene su importancia, porque la propia arquitectura y el urbanismo ya marcan un tono cultural a la ciudad y es posible apreciar las aportaciones que cada época histórica ha ido dejando en edificios, vecindarios, calles y plazas, parques y estanques, canales y muelles.

Conclusiones

Como conclusiones a este trabajo hay que recordar en primer lugar que el paisaje urbano de cada ciudad viene determinado en gran medida por el sistema político y económico elegido por los ciudadanos durante décadas. Sin embargo, esta orientación política no es fácil de replicar ya que encuentra su fundamento en la propia sociedad y en los valores sobre los que se asienta. Estos valores, enraízan su sentido más profundo en los principios que rigen las conductas singulares, familiares e institucionales de las personas durante décadas, es decir, el peso que las creencias, opiniones, actitudes singulares dejan en el imaginario de un determinado colectivo nacional. Esto mismo debe ser trasladado a la ciudad: sería un error concebir la urbe como un ente ajeno a la voluntad de sus habitantes, cuando ellos son precisamente su alma.

En segundo lugar, resaltamos la importancia que el arte y sus distintas manifestaciones tienen a la hora de transmitir a la sociedad en su conjunto los valores que señalan la identidad de ese pueblo. Al recorrer las calles y plazas de Estocolmo o Nueva York es posible conocer a través de su arte las aspiraciones de la sociedad que habita sus casas y barrios. La cultura en sus distintas manifestaciones es un desbordarse del alma de un pueblo y así es posible reconocer la identidad capitalista, multiétnica y monumental de Nueva York o el individualismo, el amor por la naturaleza y el gusto minimalista de Estocolmo.

Por último conviene resaltar la diferencia esencial en la integración entre arte y creatividad en ambas ciudades prestando particular atención al resultado vivencial que crean ambos modelos políticos, económicos y sociales.

En el caso de Nueva York queda claro que la sociedad acepta y valora el hecho de que los espacios públicos sean utilizados como lugar de experimentación para la creación o exhibición de obras de arte. Al mismo tiempo se justifica la presencia de marcas o empresas como entidades financiadoras del arte al entender que sin esa colaboración no sería posible disfrutar de la obra creativa.

En el caso de Estocolmo, la presencia de la obra de arte en el lugar público también es aceptada como expresión cultural. Sin embargo por el mayor respeto a la naturaleza, a la belleza esencial de la arquitectura y al valor intrínseco de los espacios comunes como entorno que forma parte del bien común, hay un cierto rechazo hacia la presencia de las marcas comerciales en estos lugares. Al mismo tiempo, las instituciones públicas buscan intencionalmente el “embellecimiento” de algunos lugares comunes protegiéndose de esta manera contra el grafiti y otras formas de arte urbano.

Bibliografía

Domínguez Sánchez-Pinilla, Mario (1997). Estado, bienestar e ideología: un análisis de las teorías sociales del bienestar. Madrid: Universidad Complutense de Madrid

Doucet, Montserrat (2009) Madrid: Grafiti. Doce Calles, DL.

Echechuri, Héctor (1983). Diez años después de Estocolmo : desarrollo, medio ambiente y supervivencia. Madrid: Centro Internacional de Formación en Ciencias Ambientales.

Esping-Andersen, Gøsta y Palier, Bruno (2010) Los tres grandes retos del estado del bienestar. Barcelona :

Ariel.

Izquiero, Juan de Dios y Torres, Rubén (2010) Estado y sistemas del Bienestar. Ediciones académicas.

Naval, Concepción. (2009) Educación de la sociabilidad. Navarra: Eunsa.

Salin, Pascal (2008). Liberalismo: una nueva y profunda evaluación del pensamiento liberal. Madrid: Unión Editorial.

LOST IN TRANSLATION

POÉTICAS DEL LUGAR: IDENTIDAD, MEMORIA Y EXILIO EN LA CIUDAD CONTEMPORÁNEA

Denica Veselinova Sabeva

Resumen

El epicentro de las migraciones, el espacio en el que se concentra la cultura humana, el núcleo de la creatividad, es la ciudad cosmopolita, la gran metrópolis que se reinventa a sí misma a través del intercambio. Pero una metrópolis también quiere decir soledad, exilio, desorientación, deslocalización, angustia, desarraigo, es también un espacio inestable donde la experiencia personal no parece inscribirse en la historia colectiva.

La presente investigación profundiza en los efectos socioculturales que se detectan en las ciudades cosmopolitas, derivados de la globalización, para después observar su reflejo o su representación en la producción icónica actual. Enfocamos nuestra mirada sobre el artista “nó-

mada” y el arte contemporáneo como factores integradores, esenciales para nuestra sociedad. Llevamos el estudio mediante diversas disciplinas y contextos científicos, como un viaje emprendido a través de la investigación en humanidades, el arte, la sociología, la estética, la historia del arte, etc. Un viaje interdisciplinar que nos enriquece con su pluralismo, tras haber traspasado las fronteras de las distintas materias. De este modo nos adentramos en los procesos culturales de la posmodernidad concentrados en la ciudad como epicentro de la interculturalidad y las nuevas geografías impermanentes, que muestran el universo metafórico de diversos artistas situados entre dos mundos.

Palabras clave

ciudad, exilio, interculturalidad, globalización, migraciones, nomadismo, identidad, integración

Abstract

The epicentre of migrations, the space in which human culture is concentrated, the core of creativity, is the cosmopolitan city, the big metropolis that reinvents itself through the exchange. But a metropolis also means loneliness, exile, disorientation, relocation, anxiety, rootlessness; it is also an unstable space where the personal experience does not seem to register in the collective history.

This research explores the cultural effects that are detected in the cosmopolitan cities; resulting from globalization, then look at its reflection or representation in the current iconic production. We focus our atten-

tion on the “nomadic” artist and contemporary art as integrating factors, essentials for our society. We carry out this study by different disciplines and scientific contexts, as a journey undertaken by research in the humanities, art, sociology, aesthetics, art history, etc. It is an interdisciplinary journey that enriches us with its pluralism, after having crossed the borders of the different subjects. Thus we enter the postmodern cultural processes concentrated in the city as the epicentre of multiculturalism and new geographies impermanent, showing the metaphorical universe of diverse artists located between two worlds.

Key words

City, exile, multiculturalism, globalization, migration, nomadism, identity, integration

Introducción

El siglo XXI se está caracterizando por grandes migraciones internacionales. Debido a ese hecho, en el mundo globalizado actual coexisten diversas culturas que favorecen una visión pluralista basada en la diversidad.

El epicentro de las migraciones, el espacio en el que se concentra la cultura humana, el núcleo de la creatividad, es la ciudad cosmopolita, la gran metrópolis que se reinventa a sí misma a través del intercambio. Pero una metrópolis también quiere decir soledad, exilio, desorientación, deslocalización, angustia, desarraigo, es también un espacio inestable donde la experiencia personal no parece inscribirse en la historia colectiva.

La ciudad Cosmopolita (del griego cosmopolitis: “cosmos - universo” y polis - “ciudad”) es una amalgama de contrarios que conviven en un mismo espacio, todo un universo, tan grande, tan Metrópolis que en ocasiones crea una sensación de extrañeza. Una impresión similar a la que describe Sofía Coppola, en su película *Lost in translation* (2003). Nos encontramos en una ciudad extraña, donde todo es diferente, donde nadie nos entiende ni entendemos a nadie. *Lost in translation* (Perdidos en la traducción), es una metáfora que tomamos prestada, para mostrar la angustia del transeúnte que se encuentra en un estado de desorientación, absorbido por una ciudad desconocida e impenetrable. Es la misma sensación que podemos percibir hojeando la novela gráfica de Shaun Tan “*Emigrantes*” (2006), en la que el desterrado recibe un gran impacto visual, provocado por un mundo nuevo, totalmente diferente, un universo misterioso e incluso hermético. Este sentimiento de pérdida del sentido, de desamparo y enajenación, es el que, según nuestra tesis, representa un conflicto muy propio de nuestra noción posmoderna del lugar.

Por lo tanto la presente investigación tiene como objeto profundizar en los efectos socioculturales que se detectan en las ciudades cosmopolitas, derivados de la globalización, para después observar su reflejo o su representación en la producción icónica actual. En este sentido enfocamos nuestra mirada sobre el artista “nómada” y el arte contemporáneo como factores integradores, esenciales para nuestra sociedad. Llevamos el estudio mediante diversas disciplinas y contextos científicos, como un viaje emprendido a través de la investigación en humanidades - el arte, la sociología, la estética, la historia del arte, etc. Un viaje interdisciplinar que nos enriquece con su pluralismo, tras haber traspasado las fronteras de las distintas materias. De este modo nos adentramos en los procesos culturales de la posmodernidad concentrados en la ciudad como epicentro de la interculturalidad y las nuevas geografías impermanentes, que muestran el universo metafórico de diversos artistas situados entre dos mundos.

Presentamos una visión introspectiva sobre el extrañamiento y el desarraigo, sobre el “*lost in translation*” en la globalización, dibujando los nuevos mapas de la ciudad.

Objetivos

- Se pretende analizar la problemática producida en el ámbito del arte contemporáneo por el fenómeno de los movimientos migratorios y el constatado “nomadismo cultural” que se produce principalmente en las ciudades globalizadas.
- Se propone un breve análisis sobre los procesos creativos derivados de la des-ubicación y desarraigo, como parte de la identidad “transformada” del artista nómada en la gran metrópolis.
- Se examinarán las estrategias representacionales adoptadas por el propio artista, con las que intenta reconstruir su identidad e integrarse en la ciudad adoptiva.
- Se indaga en el conflicto cultural o personal que perturba al creador fronterizo, convirtiéndole a su vez, en puente entre culturas y realidades.

Metodología

La presente investigación forma parte de la tesis doctoral que en la actualidad redactamos, titulada “EL ARTISTA NÓMADA: Estrategias representacionales de la identidad, la memoria y el lugar en la cultura visual contemporánea.”. Tiene un significado personal, ya que las cuestiones que trata están intrínsecamente ligadas a mi experiencia vital, a la doble condición de artista y desplazada.

Esta investigación se aleja un tanto de los métodos aceptados como los válidos en humanidades, así como de la legislación metodológica establecida para “la buena investigación” heredada de la epistemología. En este trabajo los temas tratados se abordan de una forma en la que los conceptos se transforman a medida que se desplazan desde un campo a otro, empapándose de distintas disciplinas. Como sostiene Mieke Bal (2009), Profesora del Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences (KNAW) y titular de la Amsterdam School for Cultural Analysis (ASCA), University of Amsterdam, la investigación en humanidades, debido a su carácter interdisciplinar, necesita vitalmente de una metodología diferente, basada en los “conceptos viajeros” (Bal, 2009, p.31) antes que en los métodos. Unos conceptos claros y explícitos, como determina la normativa metodológica tradicional, pero no inmutables y arraigados, ya que “los conceptos no están fijos y exentos de ambigüedad” (Bal, 2009, p. 29).

Es un modelo que nos parece el más adecuado y conveniente cuando se trata de una investigación en arte, en pro de su libertad de movimiento y por lo tanto de la innovación.

Por todo ello la necesidad de basarse en la práctica analítica y/o la práctica artística y la interacción o “diálogo” con los objetos de estudio, como son las obras de arte y sus creadores, nos parecen trascendentales para poder convertir el estudio académico en un “objeto cultural vivo”“(…) los objetos que analizamos enriquecen tanto la interpretación como la teoría. Así pues la teoría puede pasar de ser un rígido discurso maestro a convertirse en un objeto cultural vivo. De esta forma podemos aprender de los objetos que constituyen nuestro campo de estudio.” (Bal, 2009, p. 60)

Esta investigación nos permite profundizar y examinar el material, basándonos además en un método comparativo: en este caso, entre diversos artistas. Se plantea un estudio de casos, en el cual se analiza una pequeña parte

seleccionada del trabajo de determinados artistas. Tal acercamiento nos proporciona diferentes tipos de conocimiento y una aproximación preceptiva y exploratoria.

1. Cosmopolis: Unas nuevas geografías impermanentes.

“El hombre que encuentra su patria dulce es todavía un tierno principiante; aquel para el que cualquier tierra es su tierra natal es ya fuerte; pero quien es perfecto es aquél para quien el mundo entero es un país extranjero” Hugo de Saint-Victor (1096-1141)

En el presente artículo se ofrece una relectura alternativa del arte contemporáneo internacional, considerando los fenómenos y los factores o premisas de una posible internacionalización o universalización del arte. Partimos de la ciudad globalizada, expandiéndola a otro nivel, más allá de límites y fronteras, siguiendo el ejemplo de los nómadas culturales, pasadores de fronteras.

Se plantea un análisis sobre nuestra cultura de movilidad, mundializada, que se refleja inevitablemente en los comportamientos artísticos contemporáneos. La investigación tiene como objetivo profundizar en los efectos socioculturales, derivados de la globalización y concentrados en las grandes ciudades, y su representación en la producción icónica actual. En este sentido, la atención de la tesis, se enfoca sobre el artista “nómada” y el arte contemporáneo, como factores integradores, esenciales para una sociedad, marcada por la movilidad humana.

Estas cuestiones han adquirido una innegable importancia en nuestra sociedad global, replanteando los problemas políticos y económicos que provocan los movimientos migratorios. Éstos por su parte, producen una pérdida del sentido de pertenencia a un lugar, y como primera consecuencia una deslocalización del transeúnte, con respecto a sus raíces y orígenes, situándolo en un marco conceptual de confusión y conflicto, afectando y alterando la noción de la identidad: “(...) la revisión, tras el informe del Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático de la ONU, introduce en el proceso migratorio el impacto ecológico del éxodo de las zonas rurales a las zonas urbanas, del campo a las grandes ciudades, de los países en vías de desarrollo hacia los países desarrollados.” (Lacomba, 2008, p. 52)

Según este dato las migraciones se concentran principalmente en las grandes metrópolis desarrolladas, que aglomeran diversos debates sobre la ecología relacionada con las migraciones, la mezcla identitaria, la globalización de lo diverso, la xenofobia, la integración, la intransigencia, la otredad, etc. Pero a la vez, precisamente en esta ciudad - metrópolis, convergencia de los movimientos migratorios, los importantes comportamientos artísticos encuentran su núcleo creativo.

Hoy, según Naciones Unidas, hay más de 180 millones de personas que se encuentran inmersas en flujos migratorios, fruto de un crecimiento demográfico desmesurado, cuya consecuencia directa es la mezcla identitaria. Nos encontramos delante de una cuestión que pone en duda todas las pertenencias: nacionales, locales, religiosas o de cualquier otro tipo; algo que provoca interminables debates e incluso fanatismo, a pesar de los intentos de adoptar una política de integración y asimilación, como una vía posible hacia una convivencia más justa entre las culturas dentro del escenario global.

La consecuencia de estos movimientos migratorios es la inevitable mezcla identitaria, el mestizaje que según Sami Naïr (2010) se convierte en desafío central de todas las sociedades. “*Si pudiéramos no dejarnos llevar por el repliegue identitario, podríamos evitar el retorno a la barbarie y construir un mundo civilizado. Porque el siglo XX quizá ha sido el peor siglo. En 70 años se concentraron todos los horrores posibles.*”.

Es por lo que hemos escogido este título, tomándolo prestado de la película de Sofía Coppola: *Lost in translation*. Perdidos en la traducción, en un movimiento vertiginoso, entre luces cegadoras de neón multicolores, los protagonistas se encuentran en una ciudad metrópolis, tan grande y tan indescifrable que es difícil no sentirse ajeno y lejano al sistema establecido, incapaz de poder apoyarse a los elementos conocidos de la propia cultura. Esta sensación tan conocida por todo tipo de migrantes, provoca una absoluta desorientación e incertidumbre, y por consecuencia confusión o pérdida de identidad, y como Sami Naïr (2006) advierte: “*El mismo concepto de identidad supone un cierre psicológico: es una necesidad humana. Necesitamos, para nuestro propio equilibrio, referentes, normas, y nuestra vida es un largo proceso de negociación entre orientaciones diferentes.*” (p.27)

Para la metáfora que hemos adoptado, sobre la pérdida en la traducción, nos sirve de ejemplo muy visual – Tokio, la ciudad – espejo del capitalismo actual, donde se desarrolla el guión de la película de Sofía Coppola. Es como un paradigma de la ciudad-cosmopolita que por su frenesí puede agravar los procesos psicológicos que se producen en el individuo “exiliado”, durante la adaptación a la cultura adoptiva¹.

Pero estas sensaciones de desarraigo no son solamente típicas entre los migrantes, sino que los autóctonos también pueden compartirlas, como afirma Julia Kristeva (1991) “*Todo indígena se siente más o menos “extranjero” en su “propio” lugar, y este valor metafórico de la palabra “extranjero” lleva en primer lugar al ciudadano a una inquietud que concierne a su identidad sexual, nacional, política y profesional.*” (p.29)

El sentimiento de desarraigo en los nativos, arraigados en las grandes ciudades, se provoca también por el contexto actual como deducimos a través del análisis de la hipermodernidad en palabras de Gilles Lipovetsky (2010): “*Aunque la cultura global difunde por todas partes, a través del mercado y las redes, normas e imágenes comunes, funcionan al mismo tiempo como un potente incentivo de desarraigo en los límites culturales de los territorios, de desterritorialización general, de individuación de las personas y los modos de vida.*” (p.16)

Podemos comparar estas sensaciones con el vacío de Lipovetsky (2007), con “un malestar difuso que lo invade todo, un sentimiento de vacío interior y de absurdidad de la vida, una incapacidad para sentir las cosas y los seres.”, (p. 76) provocado por el ritmo desenfrenado de la ciudad, de la sociedad globalizada y de la exacerbación del consumo. Ahí encontramos este sentimiento vertiginoso, propio de la época que vivimos, tanto entre migrantes como entre sedentarios, reflejado en el arte contemporáneo, provocado por los “desbordamientos tecnocientíficos” y la “modernización desenfrenada” a los que se refiere Gilles Lipovetsky (2006), describiendo al mundo actual hipermoderno que se ha reinventado demasiado deprisa.

Ya que parece que la migración internacional generalmente, aunque con excepciones, se percibe negativamente y a pesar de que parezca que esto está cambiando, creemos que es necesario reconceptualizar estas ideas. Por tanto, a través de un análisis de las manifestaciones artísticas, como acciones colectivas, conscientes o inconscientes, que reflejan el momento actual y se inscriben en nuestras líneas de investigación, queremos mostrar que la movilidad y el intercambio cultural a todos los niveles son una aportación positiva. Por eso nos sumergimos

1 VER: Albert Sanchís, R. M. (2007) El síndrome del desarraigo cultural. Posiblemente la patología más importante en las sociedades modernas del siglo XXI. Edición: Diego Martín. Librero-Editor, Murcia.

en el arte contemporáneo que, en palabras de Sami Naïr (2010) “(...) juega un papel esencial en relación con la inmigración y es, hoy en día, uno de los medios a través del que se consolida la integración.”

Y es donde aparecen las identidades cosmopolitas, los nómadas culturales modernos, los artistas que adoptan el cometido de mediadores interculturales. Ellos han acogido una estrategia de despliegue identitario para conseguir sentirse de algún modo arraigados a pesar de las dificultades, provocadas por el continuo análisis, propio para su labor y la clara tendencia a la soledad o al aislamiento temporal, base para su trabajo creativo e intelectual: “El arte es, por naturaleza, integrador; una actividad que fomenta la integración del inmigrante.” (Naïr, 2010).

Pero el artista no se puede sentir únicamente desarraigado, siempre en transición, en el mestizaje. Sami Naïr (2010) sostiene que “el arte necesita arraigarse” (Naïr, 2010) que para crear es necesario sentir un poco propia la tierra adoptiva o, con otras palabras, integrarse. Pero integrarse de verdad, como aboga Javier de Lucas Martín (2007), Catedrático de Filosofía del Derecho y Filosofía Política en la Universidad de Valencia: “Integración no quiere decir nada si no quiere decir igualdad, todo lo demás es hipocresía. Decir que hay que integrar al inmigrante con la clásica visión paternalista de que el inmigrante es un menor de edad, un analfabeto, un pobre desgraciado, al que hay que tratar bien porque nosotros somos buenos, es un discurso para darnos buena conciencia y quedarnos tranquilos, para seguir manteniendo estatus de desigualdad que es incompatible con principios jurídicos, elementales...” (p. 269)

Los artistas nómadas que citamos en este texto, sensibles a esta problemática, plasman en sus creaciones no solo su preocupación por el presente, sino también aportan en su obra la riqueza que añade un modo de vida errante y una visión cosmopolita. Su tarea artística refleja las propias experiencias vitales, influidas por el contexto en un mundo globalizado. Nos muestran además las vivencias del resto de migrantes, denunciando el trato que reciben o el sentimiento de desarraigo tan fuerte que pueden llegar a experimentar.

La novela gráfica de Shaun Tan, *Emigrantes* (2006), que mencionamos en la introducción, es una descripción visual muy intensa sobre el problema aquí expuesto. El libro muestra la situación del protagonista que tras haber emprendido un viaje en búsqueda de mejores posibilidades, se encuentra en un mundo irreal, en una metrópolis enorme y enigmática que el dibujante australiano recrea como una metáfora silenciosa sobre el sentido del desarraigo. Podemos adivinar una ciudad extraña, donde no conseguimos entender ni leer nada, en la que carecemos de referencias culturales. El hecho de migrar, siempre provoca una ruptura sentimental con el lugar de origen. Todo el sistema de valores, construido durante años, vacila, y hace imposible la comprensión de la nueva cultura de acogida. Así la ciudad dibujada, se convierte, como dice el artista, en: “un equivalente ficticio a la realidad a la que se enfrentan muchos inmigrantes”. Un lugar imaginario, pero muy representativo de la realidad, un espacio extraño en el que todo es inventado, el idioma, la comida, los edificios, de modo que cualquier espectador, hable la lengua que sea, pueda sentir, observando las imágenes, la desorientación y pérdida en la traducción. Shaun Tan ha captado muy bien a través de sus metáforas, las sensaciones que invaden al nómada contemporáneo, lejos de su país natal, arrojado en una ciudad globalizada.

Ésta es la metáfora visual que queremos utilizar para adentrarnos en un mundo todavía más complejo, la imaginaria de artistas contemporáneos que construyen relatos mediante estos significados metafóricos, partiendo de los problemas “territoriales” o de “desterritorialización”, derivados del exilio. Ellos recrean a través de estrategias representacionales, las dificultades procedentes de esta situación indeterminada y ardua, donde se acusa fuertemente la falta de hogar, algo que sociólogos como B. Berger (1979) llaman *homelessness* “...no solo hay en la

sociedad moderna un número cada vez mayor de individuos desarraigados de su medio social original, sino que, además, ninguno de los sucesivos medios logra tampoco convertirse realmente en “hogar”.” (p. 175)

2. Poéticas del lugar

Los artistas que observamos en el presente artículo son desplazados forzados o voluntarios, que han adoptado un estilo de vida emocionalmente difícil e inestable, y han elegido el exilio como tema principal en su trabajo. Todos son viajeros, migrantes y residentes en grandes ciudades globalizadas. Nos adentraremos en su producción artística, en un proceso íntimo e individual que al mismo tiempo se inscribe en los movimientos y transformaciones socioculturales del presente.

Mona Hatoum (Beirut, 1952), es una de estas artistas, exiliada de su tierra natal, desplazada en Londres, siempre viajando en un permanente tránsito. Nace en Líbano de familia palestina y es nacionalizada británica. Su vida errante provoca, como ella misma comenta (2002), una fuerte sensación de disyunción que inevitablemente se intercala en su trabajo.



La obra de Mona Hatoum se sitúa en la ciudad, en el cruce de transeúntes provenientes de diversas culturas. La artista configura espacios llenos de inquietud que turban al espectador a pesar de la ausencia del cuerpo representado. Recrea el “hábitat” simbólico de los migrantes, torturados por las pésimas condiciones que encuentran en su camino. Nos sitúa en el lugar del otro, trasmitiéndonos las inquietudes y el malestar que provoca una vida errante, marcada por la incertidumbre. Los temas recurrentes en su obra son el exilio, el ambiguo sentido del “hogar”, mezclado con el sentimiento de extrañamiento, el desarraigo, etc. De esa manera vierte sus propias vivencias en su trabajo, poderosamente conceptual, a la vez que sus instalaciones, vídeos, esculturas y performance se empapan de las experiencias colectivas.

Una obra muy representativa de estas reflexiones es *Traffic* (2002) (Tráfico), es una instalación llena de significados metafóricos. Consiste en dos maletas situadas en el suelo, conectadas a través de pelo humano. Reflexiona sobre el viaje y la carga emocional, psicológica y cultural que cada uno lleva consigo a lo largo de su vida.



El título sugiere un discurso muy potente sobre el desarraigo, el viaje, el tráfico humano, sobre la situación del migrante destinado a un tránsito perpetuo, causa de una fuerte sensación de inestabilidad. El pelo que desborda las maletas, se puede interpretar como un cuerpo derramado; como emociones que se vierten de una cultura a otra a través del viaje sin fin, en una vivencia de continuas migraciones, cruzando fronteras y ciudades diversas.

Estas dos maletas sugieren una fuerte metáfora de la vida errante e indeterminada, en continuo desplazamiento entre dos culturas, entre dos tierras...

Mona Hatoum crea mundos en los que todo parece extraño e inhóspito, una angustiada y aflictiva sensación nos hace reflexionar sobre los obstáculos políticos, sociales y personales a los que el exiliado tiene que enfrentarse en el nuevo contexto ajeno y muchas veces hostil. La casa o el hogar, se aceptan generalmente como el refugio que separa y protege de la gran urbe amenazante y ajena. Mona Hatoum crea la instalación "Homebound" (2000) (Encerrados en casa) a partir de este concepto. Una representación de la casa, que lejos de simbolizar protección, cambia drásticamente su sentido socialmente aceptado, convirtiéndose en una cárcel, en anti-hogar hostil, inseguro e inhumano, representativo del estado anímico en el que se encuentra el migrante. La artista trata de la misma manera los objetos en la obra "Home" (1999) (Hogar), donde los utensilios de cocina "electrificados" ponen en duda las teorías del hogar - "el lugar de la mujer y de la madre", como algo tranquilo y hermoso. Existe una clara conexión entre la propia experiencia de la creadora y su percepción de la casa, extendiendo los conceptos que utiliza hasta las ideas ambiguas de patria en una existencia sin hogar.

El término freudiano *unheimlich* traducido como "inquietante extrañeza", puede definir muy bien las sensaciones que muestra Mona Hatoum. Se presentaba, según Freud, precisamente provocado por un trastorno de los sentidos, como puede ser el exilio en este caso, un momento en el que todo lo íntimo y privado, lo confortable, cambia drásticamente de sentido y se convierte en algo extraño y ajeno, angustiante y desconocido.

Una extrañeza que convierte todo lo conocido en algo casi espectral y por tanto aterrador y siniestro.

Es un concepto similar al que aparece en los dibujos de Shaun Tan, donde todo parece inquietante y transformado, un mundo extraño en el cual no podemos sentirnos gratos, sino perdidos y desconcertados. Un lugar incómodo como el que muestra el artista albanés Adrian Paci (1969) en su obra *Centro di Permanenza Temporanea* (2007) (Centro de Permanencia Temporal). Se trata de una pieza audiovisual que sitúa a sus protagonistas en el aeropuerto de San José, en California, donde un grupo de personas permanecen quietas en una escalera de embarque, sin el avión, ubicadas entre dos sitios, dos ciudades, dos mundos, sin pertenecer ya a ninguno.

Adrian Paci sitúa los inmigrantes sin destino en una especie de limbo, esperando inmóviles, “encerrados” en un espacio que M. Augé (1998) describe como el “no lugar”“(…) lo contrario de lugar, un espacio en el que quien lo atraviesa no puede interpretar nada ni sobre su propia identidad (sobre su relación consigo mismo), ni sobre las relaciones con lo demás o, más generalmente, sobre las relaciones entre unos y otros, ni a fortiori, sobre su historia común.” (p.89)



En el fondo, detrás de la escalera que contiene los protagonistas de la obra, podemos observar un movimiento incesante de aviones, despegando y aterrizando, creando un claro contraste con la inacción del grupo de inmigrantes.

“Centro de permanencia temporal”, se refiere a los centros transitorios, ilegales que existen en algunas ciudades de Italia para retener los inmigrantes sin papeles, antes de repatriarlos. A través de la potente metáfora utilizada por Adrian Paci, se puede percibir una incertidumbre y angustia absoluta, que nos obliga a reflexionar sobre estas detenciones inhumanas en los centros, donde el inmigrante, en condiciones precarias, sufre degradaciones y violencia, que suspenden la dignidad humana.

Adrian Paci refleja en su obra la compleja realidad social en la que vivimos. Es un artista de origen albanés, un extranjero arraigado en Milán, Italia. Los temas como el desarraigo, la identidad, el desplazamiento, la migración y la pertenencia le son muy afines. Podemos observar en su obra la fuerza poética del recuerdo y la distancia, que intentan redefinir la identidad del individuo y de todo un pueblo, marcado por los procesos migratorios.

La sensación de separación y destierro en la gran metrópoli, se manifiestan también en la obra “Light Sentence” (1992) (Sentencia de la luz) de Mona Hatoum, introduciendo mucha inquietud. Jugando con la luz, creando una atmósfera perturbadora, la artista interactúa con el espectador, situándolo en una zona inestable y movедiza, provocando una experiencia escalofriante. De nuevo aparece el concepto freudiano *unheimlich*, muy adecuado para describir estas obras y al sujeto exiliado, representado en ellas, perdido en la gran urbe, sin ningún tipo de referencias: “Cuando entras en el espacio, tienes la impresión de que toda la habitación oscila y la perturbadora sensación de que el suelo se mueve bajo tus pies.”; “Es un entorno en flujo constante, sin un único punto de vista, sin un marco de referencia sólido. Hay una sensación de inestabilidad y desasosiego en la obra. Así es como la obra refleja mi origen.” (Nueva York, 1998, p.119).

Para ilustrar mejor las metáforas hasta aquí expuestas y además para dar un giro algo más positivo, citamos a un artista chino, fallecido, que decía de sí mismo que no pertenece a ningún lugar. Chen Zhen (1951-2000) atrae nuestro interés por su condición de eterno viajero, embajador cultural y ciudadano del mundo.

Como decíamos al inicio, cuando elementos extraños se introducen en un entorno que no es el propio se provoca una sensación de desorientación que hemos llamado *Lost in translation* y hemos comparado con el término freudiano *unheimlich*. Pero cuando estos elementos están en un continuo contacto, durante un tiempo, inevitablemente empieza un intercambio. Cuando dos culturas se cruzan es ineluctable que se produzca el mestizaje tanto social como cultural, provocando la formación de culturas híbridas, como las denomina en sus estudios Tzvetan Todorov, lingüista, filósofo, historiador, crítico y teórico literario, franco-búlgaro, que ha sentido también el exilio y la integración en su propia carne. Es lo que sucede en la obra de Chen Zhen, donde se descubren elementos procedentes de distintos países.

En sus instalaciones, el artista chino habla de lo efímera que es la condición humana y de lo vulnerable que somos, aportando una visión casi apocalíptica, donde la vida ha terminado y han quedado solo nuestras pertenencias.



Siempre se siente la presencia del ser humano en sus creaciones, como en la obra “*The Voice of Migrators*” (1995) (*La Voz de migradores*), un globo hecho de trapos de diferentes colores, recogidos de varios países. Su metáfora nos hace reflexionar sobre una identidad múltiple, de una amalgama creada de diferentes culturas. La instalación dialoga con el espectador, sirviéndose de un susurro, un misceláneo de lenguas, producido por una máquina. Se puede interpretar como un homenaje a la integración individual y cultural, conseguido mediante esa especie de Torre de Babel, muy representativa para nuestras ciudades globalizadas, habitados por “monstruos híbridos” (Kristeva, 2000, p. 73). Es como define Julia Kristeva (2000) a sí misma y a los “escritores emigrantes en esa posición inestable y arriesgada entre dos aguas”, “(...) nuevos seres de lenguaje y de sangre, enraizados en ningún lenguaje y en ninguna sangre, diplomáticos del diccionario, negociadores genéticos, judíos errantes del Ser que desafían a los ciudadanos auténticos, y por tanto militares de todo género, en beneficio de una humanidad nómada que ya no quiere permanecer tranquila en su silla.”



Esa es la humanidad que vive en la ciudad metrópolis, en la ciudad sin fronteras. “Ciudad sin fronteras” (2000), es el título de una instalación de Chen Zhen en la que el artista crea una fantasía cosmopolita, situada entre lo real y lo irreal. Bajo su metáfora se siente un potente simbolismo que muestra un pueblo hecho de sillas, sobre las cuales están construidas casas de colores, mediante velas. Unas casas sin raíces, sin arraigos, ni ataduras a ningún territorio, a ninguna tierra, flotantes, donde el sentido de la pertenencia se desvanece ya que no es posible identificarse con ningún lugar. Es un poblado utópico, unas pequeñas torres de Babel, que se alzan a base de piezas que el artista ha reunido de los cinco continentes. La instalación representa una ciudad híbrida, un paraíso cosmopolita de colores, donde florece una nueva identidad y una nueva esperanza para un mundo más integrado y mestizo, para una comunidad mundial.

Conclusiones

En este ensayo hemos propuesto una lectura global y alternativa de algunas cuestiones relacionadas con la identidad, el desarraigo y la ciudad metrópolis, el lugar al que pertenecemos sin llegar nunca a pertenecer del todo. Para ello hemos relacionado el cuadro socio-cultural y las vivencias exiliadas no solo de los migrantes, sino también de los autóctonos, a través de las metáforas utilizadas por determinados artistas.

Con este pequeño recorrido por el arte contemporáneo, hemos tratado de hacer un breve estudio sobre la condición humana, marcada por la movilidad en el mundo global, a través de la imaginación y la creación, concentrada en la Cosmopolis, la ciudad expandida, la ciudad fuera de sus límites, la ciudad mundo.

El título de la película de Sofía Coppola, que origina las reflexiones de este artículo, resume bien el estado de las cuestiones aquí tratadas y el contexto transcultural descrito, comparándolo con la de traducción perdida que no permite nuestra orientación. Refleja la dificultad de establecer lazos con el mundo circundante o tratar de instaurar una comunicación con los autóctonos. Privado de la propia biografía o raíces, desprovisto de una lengua unificadora, el migrante se siente perdido en la traducción, hasta que en algún momento se produce el inicio de la integración, donde el extranjero se convierte en traductor: “El extranjero es esencialmente un traductor.” (Kristeva, 2000, p. 64), es cuando empieza a sentir la nueva lengua como “un pretexto para el renacimiento: una nueva identidad, nueva esperanza.” (Kristeva, 2000, p. 64)

Para ello hemos mostrado los artistas con pensamiento fronterizo e identidad híbrida, como mediadores interculturales o agentes de la integración sociocultural, que se han reinventado, por exigencia de su propia experiencia en tránsito.

Por tanto creemos que las prácticas culturales, internacionalizadas a través del arte y el nomadismo cultural, propician una especie de lenguaje artístico internacional, como una especie de nuevo esperanto, símbolo de la integración y el entendimiento.

Lejos de la fetichización de la otredad a la que se refiere Joaquín Barriendos (2009), nuestro discurso ha querido mostrar la cara positiva del desarraigo, no para ensalzar al individuo exiliado como un ser superior, paradigma de una nueva cultura híbrida mejor, ya que toda cultura en su origen es híbrida; sino hemos querido acercarnos a las experiencias de los migrantes, marcadas por el tránsito, y señalar las vivencias similares de los autóctonos, arraigados en las grandes metrópolis globalizadas, con la intención de mostrar la identidad híbrida que comparten, no como punto final, sino como punto de partida y clave de la integración.

Referencias

- Augé, M. (1998). El viaje imposible. El turismo y sus imágenes, Editorial Gedisa, Barcelona.
- Bal, M. (2009). Conceptos viajeros en las humanidades: una guía de viaje. Murcia, Cendeac.
- Berger, P., Berger, B. y Kellner, H. (1979). Un mundo sin hogar. Modernización y conciencia. Sal Terrae, Santander.
- Lacomba, J. (2008). Historia de las migraciones internacionales. Historia geografía, análisis e interpretación. Los Libros de la Catarata, Madrid.
- Naïr, S. (2006). Dialogo de culturas e identidades. Editorial Complutense, Madrid.
- Kristeva, J. (2000). El porvenir de una revuelta. Seix Barral, Barcelona.
- Kristeva, J. (1991). Extranjeros para nosotros mismos. Plaza & Janes Editores, S.A., Barcelona.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2010) La cultura – mundo. Respuesta a una sociedad desorientada. Edición Anagrama, Barcelona.
- Lipovetsky, G. (2007). La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Editorial Anagrama, Barcelona.
- Lipovetsky, G. y Charles S. (2006). Los tiempos hipermodernos, Ed. Anagrama, Barcelona
- Martín, J. L. (2007). Los límites de la inclusión del otro: la ciudadanía plural e inclusiva y la inmigración en la Unión Europea. La inclusión del otro. Más allá de la tolerancia. Edición y cuidado de Octavio Salazar Benítez & Manuel Torres Aguilar. Diputación de Córdoba. Delegación de Cultura. Universidad de Córdoba. Vicerrectorado de Estudiantes y Cultura. Biblioteca de Ensayo (Actas)

- Tan, Shaun. (2007). Emigrantes. Ed. Barbara Fiore, Madrid.
- Centro de Arte de Salamanca, Centro Galego de Arte Contemporánea (2002), Mona Hatoum: [exposición] 10 de julio - 1 de septiembre 2002. Salamanca, Centro de Arte de Salamanca; Santiago de Compostela, Centro Galego de Arte Contemporánea. Entrevista de Mona Hatoum con Janine Antoni.

Fuentes electrónicas (Internet)

- Nair, S. (2010) Raíces e identidad, Conferencia a cargo de Sami Nair durante el Curso de Apreciación del Arte Contemporáneo El arte en su destierro global. Cultura contemporánea y desarraigo, Círculo de Bellas Artes, Madrid. 28.04.2010, <http://www.circulobellasartes.com/mtvisor.php?id=6183>
- López, J. El arte, integrador por naturaleza, es esencial para la inmigración. 08.11.2010, <http://www.hoyesarte.com/entrevistas/escritores/8608-entrevista-con-sami-nair.html>
- Pedranti, G. (2011) Emigrantes. Marzo, 2011, <http://www.barbara-fiore.com/index.php/libros-archivos/emigrantes/>
- Sigmund Freud: Obras Completas», en «Freud total» 1.0 (versión electrónica)
- Barriendos, J. (2009) Desplazamientos (trans)culturales. Arte global, movilidad y perifericidad en el sistema internacional del arte contemporáneo Inter: art actual, nº 102, p. 38.45. <http://www.erudit.org/culture/inter1068986/inter1112175/45465ac.html?vue=resume>

ARTE: GERMEN DE ENERGÍA SOCIAL

Virginia Arnet Callealta

Arquitecto

Escuela Superior de Arquitectura. Universidad de Sevilla. C/ Bolonia, 30 (España) 41012 Tlfn: + 34 682476804 Email: virac04@hotmail.com

Resumen

De todos es sabido la situación actual de la arquitectura, por ello, existe la urgente necesidad de un cambio en el pensamiento con el que afrontamos según qué tipo de intervenciones. De todos los ámbitos, el artístico y cultural son aquellos que nos ofrecen una mayor variedad de soluciones. La creatividad artística como respuesta a la obsolescencia urbana es una de las intervenciones fundamentales en nuestras ciudades. El arte no debe concebirse como un reflejo de la sociedad, sino como un vehículo para construirla y como máximo agente de la creatividad urbana. Intervenciones en el espacio público por parte de diversos artistas abren una puerta a un nuevo pensamiento. En sus intervenciones efímeras transforman la ciudad y representan conceptos de máxima preocupación, como es el caso

de la obra de Christo o Spencer Tunick entre otros. En otro momento, podríamos llegar a pensar que es un ámbito de trabajo restringido, sólo abierto para ciertos colectivos de la población. Esta situación ya no es así. Estas actuaciones inician el germen de la energía social que reactiva la ciudad y sus espacios y no es exclusivo para el colectivo artístico. Podemos distinguir actuaciones de este carácter dentro de los profesionales de nuestro gremio, como son las de sin/studio o estonoesunsolar. Del mismo modo, debemos hacer referencia a los concursos que incitan a la creatividad urbana en la geografía española. Estas intervenciones demuestran el compromiso de todos, se establecen relaciones. Unas relaciones adecuadas para la ciudad, unas actuaciones invisibles.

Palabras clave

Obsolescencia, cambio, creatividad, arte, reactivación, sociedad, ciudad.

Abstract

We all know the current status of architecture; therefore, there is an urgent need for a shift in thinking with which we face as what types of interventions. From all them, the arts and culture are those that offer a greater variety of solutions. Artistic creativity in response to urban obsolescence is one of the key interventions in our cities. Art should not be seen as a reflection of the society, but as a vehicle to build it and as the latest agent of urban creativity. Interventions in public space by different artists open the door to new thinking. With their

ephemeral interventions transform the city and represent concepts of the utmost concern, as it happens to the work of Christo and Spencer Tunick, between others. At another point, we might think that it's a restricted work area, just open only to certain groups of the population. This situation is not in that way. These actions started the germ of social power that it reactivates the city and its spaces and it is not exclusive to the art collective. We distinguish actions of this nature within our trade professionals, such as those of sin/estudio

or estonoesunsolar. In that way, we refer to the competitions that encourage urban creativity in the Spanish geography. These kinds of operations demonstrate the commitment of all people, relationships are established. Appropriated relations for the city, some invisible actions.

Key words

Obsolescence, change, creativity, arts, revitalization, society, city.

Introducción

Para abordar la obsolescencia de las ciudades tenemos que partir de un argumento principal: la sociedad que las habita. Ésta tiene tal potencia en todo aquello con lo que se relaciona, que es capaz de activar una ciudad al completo a partir de una intervención puntual.

El objeto de este estudio es demostrar, a raíz de la obsolescencia de ciertos espacios urbanos, cómo por medio de determinadas actuaciones que implican el compromiso de diversos colectivos, podemos regenerar la ciudad, y con ello comprometer a sus ciudadanos. La creatividad artística en estos momentos, supone una pieza fundamental con la que generar germen social. Asimismo, es una parte integrante fundamental a la hora de ahondar en la cultura, el espacio público, la sociedad y el arte.

Para esto, acudimos al arte y la cultura como mayor impulsor de la creatividad urbana. Se presentan ciertos casos de estudio que establecen relaciones con la ciudad. Por un lado, actuaciones de artistas que, más allá de la imagen romántica de las ciudades, representan una llamada de atención sobre ciertos espacios problemáticos existentes en nuestras ciudades a los que dar solución. Por otro, bajo el mismo objetivo, actuaciones efímeras de arquitectos que profundizan en la expresividad y en la vinculación sociedad-ciudad, muy importante para sentirte parte de un ámbito urbano, hacerlo tuyo, tu identidad. En definitiva, utilizar la calle como escaparate y que sea el ciudadano el que juzgue.

Objetivos

El campo de este estudio es muy amplio, y es excesivamente ambicioso pretender recoger todos los agentes implicados en él. Por ello, nos centramos en la creatividad artística, fundamentalmente en el arte como medio de cultura global, como respuesta a la obsolescencia urbana con el fin de conseguir un planteamiento global al respecto.

Creatividad artística, en el espacio público, con el arte como herramienta fundamental para provocar energía social que sea capaz de reactivar la ciudad. De aquí nace la importancia de la convención social en torno a determinadas actuaciones urbanas con el fin de transgredir los límites actuales del arte, impuestos por las galerías.

Metodología

La metodología utilizada en el desarrollo de este trabajo se basa en el estudio previo de la obsolescencia de las ciudades, así como los factores claves para dar respuesta a esta primera como es el arte, la sociedad, la cultura, el espacio público y las relaciones vinculantes que se crean entre todos ellos. Por otro lado, se ejemplifican y analizan las repercusiones urbanas-sociales de distintos casos de estudios pertenecientes a las dos líneas paralelas de investigación: el arte de los artistas y el arte de los no-artistas, pues, considero ambas de igual relevancia. Para concluir, se destacarán concursos de arte público mediante intervenciones en los espacios libres de las ciudades con el fin de activar todos los sentidos de la población e impulsar a los jóvenes creativos. Finalmente se sacan las conclusiones finales del estudio, así como aquellas colaterales que hayan surgido a lo largo de la realización del mismo.

1. Obsolescencia: necesidad de cambio.

Para abordar la obsolescencia de nuestras ciudades debemos partir de un planteamiento general e interpretativo, que incide, no sólo en los aspectos más técnicos de nuestra disciplina sino que alberga aquellos puntos aún casi inexplorados por nuestros profesionales. De esta manera, conseguimos adquirir una mirada de la ciudad y su territorio más nutrida, enriquecida y limpia. Una visión alejada de las ataduras que tradicionalmente la visión del arquitecto nos ha llevado. Una visión rebosante. Una visión desbordante de conocimiento.

De todos es sabido que la profesión del arquitecto está en ‘crisis’ (bendita-maldita palabra que da tanto juego a nuestros representantes políticos). Ya en 1986, Bernardo Secchi nos hablaba en su artículo *Le condizioni sono cambiate* (Las condiciones han cambiado) para Casabella de los cambios que se estaban produciendo en las urbes europeas. Referenciaba, no sólo el crecimiento urbano a través del cambio de la ciudad concentrada a una ciudad extensa, sino también el descenso de población y el desmantelamiento industrial que se estaba llevando a cabo en ellas, causa, por otro lado, de todos los fenómenos sociales del momento.

De todo esto, es esclarecedor un aspecto. La multiplicación descontrolada del ser humano nos está conduciendo a conformarnos con un hábitat más pequeño, casi sin privacidad, como en ‘una caja de zapatos’. Parece que la sociedad actual está condenada a vivir en espacios reducidos, como Bruce Willis en la película “El quinto elemento”, donde se viva en ‘ratoneras’ conectadas por un pasillo, esté todo dosificado, medido y milimetrado y donde la ventana al exterior sea un artículo de lujo. Esto se ha visto acrecentado en las últimas décadas y de ahí la necesidad de un cambio. Un cambio en nuestras ciudades, que continúan con la utilización de pautas y modelos planificadores, a pesar de su obsolescencia y la falta de resolución de problemas que, debido a esto, generan. Un cambio general en la sociedad, como estamos viviendo estos días con los manifestantes de Sol. Pero no sólo la sociedad debe cambiar. La mentalidad con la que afrontamos según qué tipo de intervenciones, también.

Proyectar es algo más que establecer límites, detectar problemas y dar soluciones. Para proyectar ciudad debemos atender a cuestiones menos manifiestas que la superficie construida, las infraestructuras de acceso o el precio del suelo que se desea edificar. Existen más aspectos que al plantearlos el proyecto crece, se vuelve más interesante, más adecuado, y por lo tanto, mejor ‘encajado’ en la sociedad. Porque es ésta última la que verdaderamente lo hace posible, la que lo vive y lo disfruta; en definitiva es la que debe crearlo. Para ello, debemos alejarnos de la idea preconcebida que tenemos los técnicos: nosotros no somos los que buscamos las respuestas. Las respuestas ya existen, han existido a lo largo de la historia. En la actualidad nos encontramos en el punto

final de un recorrido, en una situación de duda, en el momento de las preguntas: ¿cómo salimos de aquí?, ¿cómo cambiamos esto?, ¿cómo iniciamos un nuevo ciclo?

Para no caer en el error debemos alejarnos de una mirada hacia atrás (como hemos hecho a lo largo del siglo XX), pues ésta se acerca a la materialidad proyectual y existen cuestiones invisibles, a las que es necesario dar cabida teniendo en cuenta a todos los agentes. Lo invisible se vuelve visible si lo miras desde una determinada mirada.

Estamos lejanos a esos tiempos en los que los técnicos decidíamos sobre la ciudad. Tenemos como misión prestar atención a un nuevo paradigma que se abre a la necesidad de conocimiento y a la de plantearnos nuevas formas de vida, como Peter Sloterdijk teoriza sobre el concepto de biosofía y la teoría de las atmósferas. Todo ello tiene efectos, y esto es lo que nos debe preocupar. Aquello que no es palpable (pero que sin embargo nos enriquece), que nos hace generar un pacto social (sin dejar de tener relación con lo natural, sin perder nuestra relación con el medio), que se preocupa de aspectos inherentes al ser humano como pueden ser la sabiduría, la sociabilidad, la cultura pero sin olvidar el amor o la amistad y, sobre todo, aquello que nos hace no perder nuestra propia identidad. Esta es una oportunidad irrechazable para reflexionar, de pensar en la distancia, a cerca de la tesitura en la que estamos inmersos. De los problemas que nos encontramos, los que nos vamos a encontrar y cómo podemos hacer frente a esta batalla: la batalla de la obsolescencia urbana.

Este es el momento de buscar otros modos de mirar, de analizar, de comprender, para alcanzar el objetivo que la sociedad nos está demandando: ser felices. En definitiva, ser capaces de traducir lo invisible a visible, pues en lo primero es donde está nuestro nuevo punto de partida.

2. Creatividad como respuesta a la problemática ciudadana.

De todos los ámbitos posibles, el artístico y cultural es aquel que nos ofrece una gama más amplia de respuestas. Hemos vivido en la cultura de ‘usar y tirar’ pero, ¿acaso no es más revolucionario modificar los códigos que destruirlos?

La creatividad artística como respuesta a la obsolescencia urbana es una de las intervenciones fundamentales en nuestras ciudades. Tradicionalmente, el espacio público ha sido el ámbito de la expresión cultural, política y social. Un espacio privilegiado para el debate público y la participación colectiva, donde adquirimos información y conocimiento sobre la actualidad y sobre la vida misma. Un espacio de movimiento y de intercambio y continuo. Un espacio de energía social. Por todos estos motivos, debemos centrar en él nuestras intervenciones con el fin de generar una nueva ciudad adaptada a los tiempos que corren.

2.1. Espacio público: lugar de entendimiento ciudadano.

Por otro lado, el espacio público es un espacio de paso, los que tienen tiempo de disfrutarlo son personas privilegiadas ya que la inmensa mayoría, tenemos tan sólo el escaso tiempo de atravesarlo. En este rápido viaje de transcurso por él, percibimos que el origen del arte efímero está ligado a la necesidad de reivindicar espacios, derechos y también a una fuerte necesidad de expresión. Son formas de expresión las intervenciones de acupuntura urbana de Jaime Lerner en la ciudad de Curitiba, actuación espléndida por otro lado. Genera una nueva ciudad, totalmente diferente, a partir de pequeñas intervenciones en puntos concretos, sin necesidad de gran escala o

de inversiones económicas desmesuradas. Operaciones que originan una biblioteca en una zona degradada, la peatonalización de un viario central o el ajardinamiento de una plaza en pleno centro de la ciudad, son las que Lerner propone para que los ciudadanos de Curitiba lleguen a entender su ciudad, la planificación que tiene lugar en ésta, formar parte de ella y en último lugar, aunque por ello no menos importante, sentirse atraídos por el lugar que habitan.

En relación a la idea de la acupuntura urbana de Lerner, lo cierto es que construir (todo lo que signifique construir y lleve consigo esta idea), es un acto contra la naturaleza. Así, de esta manera, en el momento en el que un arquitecto elige un solar, lo separa de la naturaleza, de su origen. Cambiando este concepto y construyendo sin destruir, llegamos a la conclusión final de que lo verdaderamente importante a la hora de hacer ciudad (natural o artificial) son las personas: cómo viven, de qué viven, qué desean, qué sienten, ... Al final, todo se reduce al mismo concepto que explicamos brevemente en líneas anteriores. Como bien dijo el escritor británico Clive Staples Lewis “al afecto se debe el 90% de toda felicidad sólida y duradera”. No sólo son formas de expresión las intervenciones de Jaime Lerner en la ciudad de Curitiba, aquellas actuaciones de reciclaje urbano en zonas marginales de nuestras ciudades y las reutilizaciones de patrimonio industrial con fines culturales, sino también las intervenciones artísticas. Aquí, según mi opinión personal, se inicia el germen de la energía social que reactiva la ciudad y sus espacios. Pero debemos hacernos una pregunta, ¿es el arte efímero parte del proceso de uso del espacio urbano? La respuesta es sí.

2.2. Arte: resultado ostensible de creatividad.

La Real Academia de la Lengua Española define arte como la “manifestación de la actividad humana mediante la cual se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real o imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros”. No sólo es eso. Es algo más. Un poco más. Dejando a un lado la formalidad y el tecnicismo que nos ofrecen en sus términos los académicos, la definición más reflexiva de arte que he podido descubrir a lo largo de estos años de investigación al respecto es la realizada por Alice Gould (personaje creado por Luca de Tena en Los renglones torcidos de Dios): “El arte es la ciencia de lo inútil. [...] Considero que el arte es tanto más sublime cuanto mayor es su inutilidad. [...] El hombre es el único animal que se crea necesidades que nada tienen que ver con la subsistencia del individuo y con la reproducción de la especie. No le basta comer para alimentarse, sino que condimenta los alimentos, de modo que añadan placer a la satisfacción de su necesidad. No le basta vestirse para abrigarse, sino que añade, a esta función tan elemental, la exigencia de confeccionar su ropa con determinadas formas y colores. No se contenta con cobijarse, sino que construye edificios con líneas armoniosas y caprichosas que exceden de su necesidad; lo cual no ocurre con la guarida del zorro, la madriguera del conejo o el nido de la cigüeña. ¿Hay algo más inútil que la corbata que lleva usted puesta? ¿De qué sirve al estómago una salsa Cumberland o un chateaubriand a la Périgord? ¿Qué añade al cobijo del hombre el friso de una escayola o las orlas en forma de signos de interrogación de los hierros que sostienen el pasamanos de una escalera? Pues bien, todo eso que está inútilmente «añadido a la pura necesidad»... ¡ya es arte! La gastronomía, la hoy llamada alta costura y la decoración son las primeras artes creadas por nuestra especie, porque representan los excesos inútiles añadidos a las necesidades primarias de comer, abrigarse y guarecerse. [...] En el momento mismo en que el espíritu creador del hombre se despegó incluso de la necesidad primaria para producir sus lucubraciones nacieron las grandes Artes: la Poesía, la Danza, la Música y la Pintura”.

Un artista espera que las interpretaciones personales aquellos que contemplan su obra, hagan que ésta se vuelva más compleja y dinámica. El arte es, de hecho, un medio de comprensión interior. Sin embargo, esta comprensión no se halla completa sin la mirada del otro, sin su crítica e incluso sin la desaprobación de la sociedad.

2.3. Sociedad: germen de activación urbana.

Se deben transgredir los límites, para ello no debe importar si la moralidad o la convención social generalizada se rompe con una determinada intervención. Si el hecho de quebrantar este orden impuesto por sólo unos pocos es motivo para mostrar ciertos aspectos carentes de necesidades o suficiente para activar cierta zona nebulosa de la imaginación de la sociedad, entonces es casi una obligación. Ser comedido no tiene ningún valor en lo que al arte se refiere, aunque tampoco lo tiene el caso contrario para la espera de un cambio en la canonización de las galerías.

Hoy en día, es sabido que casi ninguna gestión de la vida es posible sin la participación de las personas y de los colectivos sociales. Estamos inmersos en un momento histórico en el que están presentes movilizaciones constantes de sectores sociales, movimientos y el tejido de distintas redes sociales. El germen social es importante para promover el intercambio de opiniones que permitan la construcción de la nueva sociedad en el día a día. Todos, desde nuestros lugares de origen, desde nuestros lugares de trabajo o de estudio, podemos formar parte de esta nueva realidad. Todos y cada uno de nosotros tenemos el derecho y el deber de contribuir al logro de una sociedad más íntegra y centrada en el ser humano. Bajo esta mirada, se conjetura que esta fórmula puede ser la solución a los conflictos sociales ocultos entre los diferentes grupos sociales.

Generalmente, la intensidad y evolución de la ciudadanía depende más de la historia exclusiva de cada ciudad y de las oportunidades. A pesar de las generosidades que el modelo de democracia actual, lo cierto es que el ciudadano no se muestra comprometido con estas cuestiones. Este comportamiento se puede explicar a través de ciertas conductas como: el aburrimiento, desidia e irritación, la escasez de tiempo y posibilidades, la falta de información para comprender y el individualismo del ciudadano, entre otras. El enfrentamiento y la solución a las dificultades recientemente expuestas, sería el paso decisivo previo necesario para alcanzar un modelo social que fuera participe de todas las intervenciones artísticas, basadas en la creatividad cultural, que tuvieran lugar en las ciudades. Gracias a esto último, el ciudadano ha pasado de ser un simple receptor de cultura a asumir un papel más exigente con respecto a la forma de consumirla, palparla y vivirla. Se crea de esta manera una relación ciudad-ciudadano establecida en un espacio idóneo para la creatividad. Un espacio contenedor de huellas invisibles pero con resultados ostensibles.

3. Arte en la ciudad.

De este modo, el arte no debe concebirse como un simple reflejo de la sociedad, sino como un vehículo para construir ésta, para crear futuro y para activar a sus habitantes. Hay que entender el arte como máximo agente de la creatividad urbana.

El arte lleva mucho tiempo encerrado en edificios, mirando a través de las ventanas o escapándose a escondidas por la puerta trasera, quieto, silencioso, pero siempre durmiendo bajo un techo que lo cobije. A pesar de este comportamiento tradicional, en los últimos años hay un animal que circula por la ciudad, por sus calles, que

aparece y desaparece, y deja impregnado las calles, las fachadas e incluso, el aire urbano de su capacidad revolucionaria. Éste es el arte urbano, fiel heredero del graffiti pero su antecesor no podría aproximarse a semejante relación que consigue. Una relación invisible con la ciudad que conforma un nuevo camino de sorpresas para el viandante con un claro mensaje crítico a la sociedad invitada a la reflexión.

El arte urbano es una línea de trabajo en la que forman parte muchos colectivos -necesidad como respuesta a la problemática actual por otro lado, como ya hemos visto al inicio-. Aunque no exista una conformidad generalizada en torno al significado de arte urbano, se ha convertido en un fenómeno global, con adeptos por todo el mundo. En otro momento de la historia de la humanidad, podríamos llegar a pensar que es un ámbito de trabajo restringido, sólo abierto para ciertos colectivos de la población. Esta situación ya no es así.

3.1. Arte de arwtistas.

Actuaciones en el espacio público como las de Christo y su esposa Jeanne-Claude, abren una puerta a un nuevo pensamiento. Generar puertas efímeras en Central Park o instalar paraguas azules y amarillos en California e Ibaraki, al mismo tiempo, son intervenciones cargadas de creatividad que son capaces de reactivar a la sociedad que las rodea y de conectar dos ciudades en tiempo real, como sucedió en el último caso.



Figuras 1 y 2. *The Gates*. Christo & Jeanne-Claude

Sus trabajos siempre tienen como punto de partida la reivindicación de la independencia, el atrevimiento y la espontaneidad. “Todos nuestros proyectos tienen como tema la libertad. Cuando una de nuestras propuestas está realizada, nos supera. Nadie, ni siquiera nosotros mismos, podemos comprarla. La libertad es enemiga de la posesión y la posesión es sinónimo de permanencia. Por eso, nuestro trabajo es efímero”, son palabras de Jeanne-Claude que siempre se consideró enemiga íntima de la posesión y la durabilidad. Debido a esto, nunca originan nada que sea comercial, ellos no están en venta. Por otro lado, la actitud anti especulativa con la que dirigen su obra y su vida a ultranza, no impide su aprobación a todos los beneficios indirectos que generan sus intervenciones. En realidad, casi la totalidad de las intervenciones de Christo y Jeanne-Claude, exceptuando pequeños ‘daños’ colaterales, no son destructivas.

Asimismo, su hipótesis artística está basada en conceptos ajenos a la historia tradicional del arte. Sus actuaciones están llenas de cualidades estéticas que reflejan amor, ternura, afecto y pasión, rehuendo por completo de la adulación contemporánea del artista y del fetichismo ortodoxo de sus obras en tiempos anteriores. Es el comienzo de un nuevo arte más humano, más actual, de la ciudad 2.0.

Este tipo de actuación provoca un interiorismo, no sólo de aquellos que ‘viajan’ por ellas, sino que tiene una repercusión social más allá de los límites administrativos y siendo capaces de inducir una cierta conmoción social. Es ahí donde está la belleza del arte y su capacidad de generar vida urbana, de reciclar una sociedad. Es capaz de congobernarnos y de comprometernos a interactuar con él. ¿Por qué no va a ser arte instalar puertas efímeras a lo largo de los distintos recorridos de Central Park, situar sombrillas a lo largo de dos costas o cubrir con una tela el Reichstag o el Pont Neuf?



Figuras 3 y 4. Reichstag y Pont Neuf. Christo & Jeanne-Claude

Del mismo modo, podríamos destacar la intervención de otro artista, Spencer Tunick, cuyas intervenciones abren una puerta a un nuevo pensamiento. En sus imágenes de personas desnudas en ámbitos urbanos de ciudades a lo largo de todo el mundo, explicita las tensiones existentes entre lo público y lo privado, entre lo individual y lo colectivo. Una fotografía clásica acompañada de cierto revuelo social, reivindica una solución al problema real al que nos enfrentamos: la importancia de la propiedad individual y sus límites con el espacio público.

Carne al desnudo, formas corpóreas, músculos descubiertos. Una obra a caballo entre la inocencia escénica, el ruido de la ciudad y la provocación. Todo ello, envuelto de una atmósfera urbana con la ‘inocente’ intención de fusionar la ciudad y la desnudez. La obra de Tunick es impactante y bella, alejada de considerarse erótica o, en el peor de los casos, pornográfica. Así, consigue desfetichizar la desnudez de los cuerpos humanos. Durante unas horas, el cuerpo desnudo convive con la ciudad y con la propia visión del artista para engalanarse juntos de arte para, cual mujer de belleza extrema, pasar a ser observados por los espectadores. Estos últimos son los que finalmente evalúan esta intervención, esta fotografía de reconocimiento mundial, cuyo resultado queda abierto alejándose de la obra enclaustrada en las instituciones más academicistas. Ellos son los que la calificarán de bella o fea, de insinuante o pornográfica, la verán y sentirán, la vivirán de cerca o la contemplarán en la distancia.

Sus fotografías, pertenecientes a ciudades de todo el mundo – entre ellas podemos destacar Méjico, Santa Fe, Miami, Cleveland, Düsseldorf, Montreal y las españolas San Sebastián y Barcelona, entre muchas otras- reflejan cómo el cuerpo desnudo de la gran masa humana se apropia del espacio público, reabriendo el debate entre lo público y lo privado, lo visible y lo invisible, lo común y lo íntimo, lo frío y lo cálido. La desnudez se instala en la ciudad para transformarla en un espacio sin vida (se privatiza el espacio público al verse invadido de cuerpos desnudos) para llenarlo de arte. En palabras del autor “Una multitud desnuda, aunque esté en silencio, grita desde la piel más alto que cualquier manifestación”.



Figuras 5 y 6. Barcelona y San Sebastián. Spencer Tunick

Para continuar con intervenciones puntuales y temporales, no podría olvidarme de una recientísima intervención artística urbana. Ubicación: Europa, Alemania, en pleno corazón de Hamburgo (Alemania), en el interior del lago Alster. Autor: Oliver Voss. Durante 10 escasos días los ciudadanos de esta ciudad han podido disfrutar de la compañía de una bella mujer nadando junto a ellos, el único problema para el género masculino de la ciudad fueron sus cuatro metros de altura y sus veinte de largo. Dejando de un lado la ironía y el sarcasmo que generó al respecto semejante tamaño, la obra de este artista ha causado una gran expectación en el lugar, al que acudieron en masa propios y extraños para ver tamaño acontecimiento. De esta manera, Voss consigue, no sólo promocionar su obra –que por otro lado, este tipo de intervenciones que generan tanto revuelo son un buen trampolín hacia la fama- sino que llenó la ciudad de energía social. Una energía que generó turismo, pues todos los turistas querían apreciar de cerca la magnitud de la obra; originó comercio alrededor de todos los negocios que están vinculados al lago; y, lo más importante, según mi criterio, convirtió a la ciudad en un hervidero de visitantes que tuvieron durante un corto periodo de tiempo el arte al alcance de sus manos.



Figura 7. La bañista. Oliver Voss

3.2. Arte de no-artistas.

Pero, al igual que se ha citado anteriormente, este tipo de actuaciones inician el germen de la energía social que reactiva la ciudad y sus espacios y no es exclusivo para el colectivo artístico. Podemos distinguir actuaciones relacionadas con este carácter dentro de los profesionales de nuestro gremio, los arquitectos.

El grupo sin/studio arquitectura explora la posibilidad de transformar, reinventar, practicar personal y colectivamente los entornos a través de la sensorialidad, la expresividad y el juego. Sus actuaciones Manda 1 Mensaje Luego (m1ml en adelante) y Led Me situados en Sevilla y Jaén respectivamente, son capaces de generar relaciones libres y sin coaccionar entre las personas de un mismo lugar.

Como ya publicó Lucy R. Lippard en su libro *Gardens: some metaphors for a public art*, “el arte (y, por extensión la arquitectura) tiene que haber empezado como naturaleza misma, como una relación entre el ser humano y la naturaleza, de la que no podemos separarnos”.

La obra de este equipo de arquitectos se corresponde con esta frase. Está muy cercana a la naturaleza, la capta, la comprende, la valora y son capaces de intervenir en ella como naturaleza misma. Sin/studio entienden la intervención de m1ml como una relación directa entre el hombre y la naturaleza. Además indaga en la reinención del turismo, creando un nuevo atrayente alejado de los hitos históricos de Sevilla. Gracias a ello, los turistas y ciudadanos crean un vínculo con la ciudad a través de los sentidos y el juego. M1ml consiste en la construcción de un paisaje sensitivo y sensorial conectado a la red de forma interactiva. Con un mensaje electrónico (mensajes enviados a través de la plataforma www.m1ml.net) donas X segundos de luz nocturno a un gran macetero aromático dispuesto en la plaza de la Alianza de manera efímera.



Figura 8 y 9. m1ml y transite Jaén: led me. Sin/studio

Del mismo modo, podemos hacer referencia al segundo de los proyectos citados: transite Jaén. Led Me. En este caso, la intervención se produce en un lugar de tránsito que forma parte de la cotidianidad de la ciudad. Un espacio exterior, público y accesible que, durante un tiempo, se ve perturbado por un bosque de leds creando así un lugar que alberga una experiencia singular a su paso y una expectación social en torno al mismo.

En estas intervenciones se nos pone de manifiesto no sólo el proyecto de arquitectura como sistema de producción que refleja la distribución y el consumo en el que la sociedad se encuentra inmersa, sino que también establece una serie de ‘regiones conceptuales’ que en lugar de dar respuesta a la situación actual, plantea preguntas en forma de incertidumbres duales. El cambio de paradigma actual supone una variación del modelo económico utilizado hasta el momento y una concentración en el capital humano e institucional porque ¿acaso lo que importa no es otra cosa que aquello que nos hace sentir? Y eso es lo que consiguen estos profesionales con sus actuaciones. Sentir. Sentir la naturaleza. Sentir lo urbano.

De esta manera, los espacios en los que se insertan, cada uno con un paisaje sensorial diferente, provocan una interrelación a través de su instalación de forma que la presencia y la actividad de los usuarios altera lo que sucede en los demás. Consiguen así perturbar de manera temporal el ‘viaje’ cotidiano por la ciudad y poner en valor las cualidades con las que cuentan estos espacios por sí mismos. Conforman un paisaje en el que la luz, el tiempo, el olor o el movimiento transforman lo físico y material.

Bajo la misma mirada generadora de actividad social en torno a una determinada intervención, con cierto revuelo ciudadano y con un aprovechamiento del espacio público que va más allá de lo establecido en la planificación local, podemos encontrar la obra de Santiago Cirugeda y sus recetas urbanas para solucionar según qué tipo de situaciones urbanas.

Sus actuaciones son provocadoras y para nada convencionales. Lejos de ser esculturas gigantescas a las que asociar el nombre de una ciudad, son intervenciones reducidas a la mínima escala con el único objetivo final de dar cobijo y vivienda dentro de ellos, sin importar el exterior y la marca registrada bajo la que se firman muchos de los edificios de nuestras urbes. Asimismo, aprovecha los vacíos legales de la planificación urbana para beneficio de la comunidad para mejorar la trama urbana, sus vacíos y su sociedad. Consigue, mediante su obra, un revuelo social de gran envergadura capaz de atraer a todos y movilizar masas heterogéneas con un objetivo común. Muchas de sus 'recetas' están basadas en la reutilización de material urbano y de construcción para buscar soluciones a los espacios residuales de la ciudad. Andamios, cubas, contenedores de escombros, columpios en desuso, ... son elementos integrantes de sus intervenciones que circundan las ordenanzas para impulsar los valores ciudadanos. Sólo así se desarrollan proyectos innovadores y económicos que generan cambios sociales y una mejor calidad de vida.

En referencia al mismo tipo de actuaciones cabría destacar las seguidas por *estonoesunsolar* en los años 2009 y 2010. La idea nacida de los arquitectos Patrizia di Monte e Ignacio Grávalos, es bastante conocida, gracias a las recetas urbanas de Santiago Cirugeda tan difundidas en los medios, y consiste, en esencia, en convertir vacíos urbanos, de manera temporal o no, en parte del espacio público por medio de intervenciones donde la participación ciudadana es imprescindible para ello.



Figuras 10 y 11. Imágenes de *estonoesunsolar* 2009

Estas iniciativas parten de la idea de elaborar un plan de empleo en Zaragoza, donde se plantea la posibilidad de convertir los espacios abandonados y en desuso en utilizables y públicos mediante una actuación sutil, una huella invisible en la ciudad que permita una nueva lectura de sus espacios públicos. De esta manera, se consigue poner en valor esos pedazos residuales de ciudad sin un objetivo definido, potenciando el vacío urbano como herramienta de potenciación del germen social de nuestras ciudades. Asimismo, se apuesta por intervenciones efímeras, sin una fuerte presencia material, que sean capaces de crear situaciones inesperadas y acontecimientos sociales. En cada solar confluyen diferentes agentes y complejas relaciones, pero siempre bajo la mirada de un uso público, para la ciudad y sus ciudadanos.

Las actuaciones del año 2009, estuvieron enmarcadas en pequeños solares del casco histórico de Zaragoza que, desde una mirada global, cosían la ciudad por medio de su trazado. Las obras propuestas debían estar en contacto con el ciudadano. Para ello, se plantean jardines que incrementan los espacios verdes de la ciudad. Las del año 2010 tuvieron un carácter diferente, ya que, en este caso, se trabajó con solares muy heterogéneos, con diferen-

tes geometrías, dimensiones y contextos urbanos, pero con la misma idea de uso público y aportación ciudadana en los mismos.

Las futuras serán mucho más ambiciosas en cuanto a contenido y a tamaño de los solares, contribuyendo así a la regeneración urbana de nuestras ciudades. Para concluir con estas intervenciones, cabría destacar el objetivo, que bajo un criterio absolutamente personal, considero más relevante al respecto: todos estos espacios se podrán usar hasta que los propietarios de los solares consigan las licencias de edificación pertinentes. Sin duda, uno de los mejores propósitos que facilitan la regeneración de la vida urbana.

3.3. Concursos para el arte.

Dentro del mismo concepto de obras artístico-sociales que invaden las ciudades de todo el mundo cabe destacar las obtenidas como resultados de concursos urbanos.

En esta ocasión, un ejemplo de la casa. Bajo el lema ¡Todo tuyo! se convierten contenedores de vidrio en arte. Con esta iniciativa, además de apoyar el graffiti como disciplina artística y fomentar el reciclaje, se consigue una implicación de la sociedad en temas relacionados con la cultura. Los contenedores, lienzo en blanco para los artistas que se inscribieron en la iniciativa, sirven de reclamo como verdaderas obras de arte y conforman una exposición itinerante de libre acceso por toda la ciudad de Sevilla. En unas horas, se plasmarán croquis bajo distintas ideas en los contenedores, pudiendo ser seguido el proceso artístico por los viandantes y su posterior exposición urbana permanente.



Figura 12. Artista grafitando contenedor de vidrio. ¡Todo tuyo!

Otro de estos concursos urbanos es el organizado por la Asociación de Sostenibilidad y Arquitectura en 2009 para la creación de árboles urbanos. Con esto se pretende promover la agudeza y el ingenio de aquellos que presenten una propuesta al respecto para implantarla en Alcalá de Henares o Santiago de Compostela.

El árbol urbano que se diseñase debía mejorar las condiciones medioambientales del entorno en el que se implanta, concienciar a cerca de la importancia del entorno, fomentar la utilización del espacio urbano como generador de tejido humano e intercambiador de información cultural. Del mismo modo, las propuestas resultadas consiguen integrar un elemento no-natural en el espacio público con el fin de difundir el respeto por la naturaleza y servir de espacio de encuentro para los ciudadanos.

En cuanto a la propuesta ganadora debemos decir que el equipo Elii presentó un artilugio en el que convivían la naturaleza, la tecnología y las relaciones sociales. En un mismo elemento integraron el cuidado de las plantas, la transformación de la energía – mediante el pedaleo se genera electricidad y en las 'copas de los árboles' se

incluyen paneles fotovoltaicos que transforman la radiación solar en electricidad – para la iluminación nocturna, un sistema de recarga de baterías – basado en la electricidad anterior-, y el cuidado de las plantas mediante un riego vaporizado que se produce, al igual que la electricidad, al pedalear. Todo el funcionamiento del sistema queda recogido en unos indicadores leds que informan del estado de energía. Con esta implantación, se consigue implicar al ciudadano en los procesos de reutilización eléctrica y crear situaciones que activan el germen social.



Figura 13. Árbol urbano. Elii

Por último, otro concurso urbano que activa la participación creativa en el espacio público es In Urbe, celebrado en Alicante. Este concurso tiene como principal objetivo la mejora estética de la ciudad y su revitalización, mediante la integración de intervenciones artísticas en el paisaje urbano de la ciudad. De este modo se consigue poner en valor determinadas tramas urbanas y la apreciación estética de espacios y elementos arquitectónicos, a la vez que se revitaliza el centro y se impulsa a los jóvenes creativos.

El uso de telas que recubren edificios, la construcción de muros con botellas de cerveza, la ubicación de un juego a gran escala en el suelo donde las casillas narran las dificultades que atraviesan los inmigrantes en nuestro país, la sombra que proporcionan unos paraguas de colores, un muro conformado por flores artificiales o los toldos callejeros formados con cables de colores, entre otras, son el tipo de intervención que, además de captar la atención con anterioridad distraída del viandante, producen un efecto visual y bello de la ciudad; acercándola a la atención ciudadana durante los dos meses que dura su exposición.

Instalando obras de arte efímero, que permanecen expuestas en el espacio público durante un tiempo limitado, se ofrece una nueva imagen de la ciudad y Alicante se ha sumado a esta experiencia. El desarrollo de un proyecto cultural por medio del arte a la vez que se recuperan espacios olvidados de sus calles o plazas, es una oportunidad para activar nuestra memoria histórica bajo una nueva mirada. Una mirada diferente, más actual, más reciclada. Y en esto consiste este concurso: en reciclar. A través del uso de materiales reciclados que atraigan al público se busca la complicidad con el ciudadano, siempre invitando a la reflexión y a la participación.



Figuras 14. In Urbe 2008

Conclusiones

En otro momento de la historia de la humanidad, podríamos llegar a pensar que todo lo desarrollado en momentos anteriores, es un ámbito de trabajo restringido, sólo abierto para ciertos colectivos de la población. Esta situación ya no es así. Estas actuaciones inician el germen de la energía social que reactiva la ciudad y sus espacios y no es exclusivo para el colectivo artístico.

Innovar, ahondar en la cultura por medio del arte, criticar las deficiencias urbanas, reutilizar el espacio urbano, ... son los objetivos que se pretenden con estas actuaciones. Utilizar la calle como un escaparate y que juzgue el ciudadano.

A modo de conclusión, cabe destacar que las relaciones con el contexto son una de las claves más importantes. El abandono del contexto expositivo y el alejamiento de las instituciones artísticas, produce como efecto inmediato una nueva discursividad en la que la sociedad, la cultura y la historia actúan como cajas de resonancia. Esta idea, unida al hecho de que las calles se han convertido en el artículo de lujo de la cultura publicitaria, presente en todos los lugares y en todos los tamaños, hacen que incentivar los debates provocadores sean el objetivo de muchas de las acciones artísticas-arquitectónicas que toman por escenario las calles y otros espacios públicos. De todo esto, lo más importante es que es una energía social que viene de abajo para arriba, basada en la búsqueda de hacer algo, de decir algo, de fomentar encuentros y mínimos cambios de postura.

Por otra parte, que estas sean dinámicas cada vez más presentes demuestra el compromiso de todos, se establecen relaciones. Unas relaciones adecuadas para la ciudad, unas actuaciones invisibles. Una forma de salir de las instituciones academicistas, de los museos y galerías, para acercarnos a la gente, para introducir belleza en su quehacer diario. La intervención del artista y el no-artista en el espacio público es otra manera de regenerar el espacio, de dotar a la población de esa cultura artística y generalizada que tanto nos falta. Para ello contamos con nuestras ciudades, sus calles, paseos y plazas; con el fin de establecer vínculos muy fuertes entre el arte y la comunidad, de generar esa energía social que tanto nos demandan los paisajes urbanos.

Referencias

- Secchi, B (1984). Le condizioni sono cambiate, en «Casabella», nº 498/99, enero-febrero.
- Luca de Tena, T (2008). Los renglones torcidos de Dios. Pp 70-72. Editorial Planeta. Barcelona.
- Lippard, L. R (1981). Gardens: some metaphors for a public art. Art in America, noviembre de 1981, p.136
- Sloterdijk, P (2006). Esferas. III, Espumas: esferología plural. Ediciones Siruela. Madrid.
- Figuras 1, 2, 3 y 4. The Gates, Reichstag y Pont Neuf. Christo & Jeanne-Claude. Fuente: <http://artelet-rasusamartin.blogspot.com/2010/11/christo-y-jeanne-claude.html>
- Figuras 5 y 6. Barcelona y San Sebastián. Spencer Tunick. Fuente: <http://listas.20minutos.es>
- Figura 7. La bañista. Oliver Voss. Fuente: <http://www.rinconabstracto.com/>
- Figuras 8 y 9. m1ml y transite Jaén: led me. Sin/studio. Fuente: <http://sinistudio.blogspot.com/>
- Figuras 10 y 11. Estonoesunsolar 2009. Zaragoza. Fuente: <http://espacioapropiado.blogspot.com/2009/>
- Figura 12. ¡Todo tuyo!. Sevilla. 2008. Fuente: <http://sercreativo.es>

- Figura 13. Elii. Primer Premio Concurso Árboles Urbanos. Alcalá de Henares. 2009-2010. Fuente: www.elii.es (página oficial)
- Figuras 14. Concurso In Urbe 2008. Fuente: <http://www.alicantevivo.org/2008/>

LA BÚSQUEDA DEL ARTE A TRAVÉS DE LA REPRESENTACIÓN CREATIVA O ESTÁTICA DE LA CIUDAD...

Juan Gabriel Morales Quesada

Doctor en Creatividad Aplicada.

Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid. Email: juansinnumero@gmail.com

Resumen

El paisaje urbano es un ejemplo más en la diversa producción de objetos estéticos. En determinados caminos expresivos la creatividad, la originalidad o la innovación son parámetros que iluminan de importancia creativa la aceptación del objeto, idea o suceso; sin embargo, en otros, la construcción técnica y la elaboración parece que quieren jugar un papel fundamental para ensalzar su consideración artística.

Observamos como la producción artística suscita varias iniciativas formales: unas, puramente “representativas”, donde el artista, para diferenciarse, imprime en la técnica un trazo de humanidad; y otras “introspectivas”, en las que el creador expone su peculiaridad a través de una selección formal. Es esto una muestra de lo artesanal y lo intelectual.

El menosprecio por las artes figurativas cambió a partir del Renacimiento, cuando el artista reivindica la

inspiración y su capacidad de invención, en cambio, en la Edad Media, todavía formaban parte de las actividades artesanales, siendo el artesano aquel que tenía la “habilidad” técnica para producir o hacer algo. De otro modo, el arte intelectual es aquella forma que no encuentra la manera de representar el espíritu, sentimiento romántico que otorga mayor valor a la idea en detrimento de la representación sensorial. En el siglo XX esta concepción tomó más fuerza gracias a un arte que, según Ortega (1987), estaba alejado de los destinos humanos.

Dentro de un marco en el que la creatividad es la bandera de nuestro avance, nos planteamos por qué la caracterización sensorial del paisaje urbano en el siglo XXI posee una carga artística, donde su calidad es sinónimo de “habilidad” técnica, que es capaz de llenar de ambigüedad el “inacabado” concepto de arte.

Palabras clave

Paisaje Urbano, figuración, creatividad, originalidad, artesanal, intelectual, habilidad técnica.

Abstract

Urban landscape is one more example in the various productions of aesthetic objects. Under certain expressive manners, creativity, originality or innovation highlight the acceptance of the subject, idea or event. However,

under some other manners, theoretical construction and production seem to play an essential role to extol its artistic consideration.

We can see how artistic production causes various formal initiatives. Some are purely “representatives”, where the artist includes a stroke of humanity, whereas other initiatives are the so called “introspective”, in which the author put forward his/her particular characteristics through a formal selection. This is a sample of craft tradition and intellectual manners.

The contempt of figurative arts changed from the Renaissance onward. At this time, artists claim both inspiration and their capacity of invention. However, in the Middle Ages, artists still took part in craft tradition, being the craftsman the one that had the technical skill to make or produce new things. On the other hand, intellectual art

is not able to symbolize the spirit, that could be defined as the romantic feeling able to bestow a better value to the idea at the expense of sensory representation. In the twentieth century, the latter understanding was greatly influenced due to a kind of art that, according to Ortega, was far away from human fate.

Assuming that creativity represents a great step forward or progress, we wonder why sensory characterization of urban landscape in the twenty first century has an artistic influence. Besides, its quality is synonymous of technical skill, being able to open to debate the unfinished concept of art.

Key Words

Urban landscape, imagining, creativity, originality, craft tradition (handcraft), intellectual, technical skill

1. Introducción

El objeto de la investigación es identificar a través de las obras de paisaje urbano qué características formales convierten la creación pictórica en una obra de arte, para comprender qué aspectos definen la calidad artística de la pintura, aunque tomando como referencia “el paisaje urbano”.

La copia de la realidad fue una forma de definir la sensibilidad del hombre y su búsqueda de la belleza que desembocaba en obras de arte. Para autores como Guichard Meili (1965) la calidad artística no estaba en el parecido que la obra sostenía en relación a la realidad, sino en su diferenciación. Para otros autores como es el caso de Adorno (Picó, J., 1988, 115) la obra de arte es aquello que no tiene representación y está fuera del pensamiento, la realidad en estado de reconciliación. En cambio, para Lyotard (Picó, J., 1988, 115) el arte está en el pensamiento y al representarse no puede hacerse visible.

Según el cliché, entendemos el conjunto del arte como un proceso productivo que, en cierto modo, representa el pensamiento de una época. Sin embargo, la pintura parece haberse adormecido en el tiempo dejando de creer en la originalidad como integrante de su creatividad, reduciéndose la calidad artística a su grado de elaboración. A causa de esta ausencia de novedad en la pintura, necesitamos preguntarnos cuáles son los aspectos creativos que destacan en la valoración como arte de una obra pictórica.

2. Objetivos

Basándonos en un pequeño muestrario, formado por algunas de las más importantes representaciones pictóricas de paisaje urbano se pretende visualizar qué factor (originalidad o elaboración) caracteriza la calidad artística en la expresión pictórica.

Partiendo de la hipótesis de que el paisaje urbano en la actualidad ha perdido ese destello de innovación y originalidad que caracterizó la peculiar expresión de las creaciones realizadas entre finales del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX, el principal objetivo es determinar desde nuestra perspectiva histórica qué carácter creativo aparece reflejado en las principales obras pictóricas que representan el paisaje urbano.

Igualmente, esas particularidades mostradas se analizarán desde una perspectiva donde el pensamiento y la expresión artística son conceptos conducentes, es decir, lo que se hace es el resultado de lo hecho, para comprender qué papel juega la expresión artística actual en el desarrollo de la idea de arte.

3. Metodología

Partiendo de la selección de un determinado número de pinturas de primer orden cuya temática es el paisaje urbano, y basándonos en las definiciones de creatividad propuestas por Levitt, Francisco García, Manuela Romo, etc., realizaremos un análisis de las obras elegidas con el propósito de observar los distintos grados de originalidad, elaboración o re-definición inmersos en el producto, para comprender cómo afecta a su calidad artística la capacidad de innovación o la capacidad técnica con la que se ha desarrollado la obra.

Tanto Francisco García como Manuela Romo le otorgan a la originalidad del producto una gran importancia, Francisco García (1991), atendiendo a la necesidad de novedad para ser creativo, habla de reestructurar los elementos en un nuevo orden significativo dentro de una cultura determinada o elaborar ideas o productos originales. Del mismo modo, Manuela Romo (1997) entiende la creatividad como una forma de pensar que tiene como resultado una cosa que tiene a su vez novedad y valor, el problema será el significado de tales conceptos. También, Levitt suaviza la categoría de la originalidad como característica principal en el proceso constructivo de la obra, El hecho de que pongamos a unas cuantas personas inexpertas en una sala y llevemos a cabo una sesión de “brainstorming” que genere nuevas ideas interesantes demuestra la escasa importancia relativa que tienen en realidad las ideas. Prácticamente cualquiera con la inteligencia de un profesional medio puede generarlas con un entorno y un estímulo razonablemente bueno. Lo que escasean son las personas que tienen los conocimientos prácticos, la energía, la osadía y la perseverancia de poner las ideas en práctica. (LEVITT, T., 2003).

concediendo mayor valor a la aptitud y capacidad práctica que posee el creador, es decir, a la técnica, que a la noción de lo nuevo, ya que parecería que lo innovador, como idea, es un aspecto fácilmente alcanzable, no siéndolo su materialización.

3.1. Criterios de selección de obras

Para un estudio representativo de los elementos que conforman la creatividad en la pintura, se tomarán como referencia 15 obras pictóricas que hayan sido realizadas por artistas destacables del género a lo largo de la historia

y cuya única y principal temática sea el paisaje urbano. Lo que se procura con ellas es, en cierto modo, que su estética sea paradigmática de su corriente creativa, es decir, que sean representativas de la idea artística bajo la que fueron creadas. No las discriminaremos por su momento de ejecución, sino que con su selección se pretenderá hacer un resumido recorrido a lo largo de la historia.

3.2. Categorías de análisis

Cada categoría de análisis será valorada con 1 y 3, considerando 1 como el mínimo de original, elaborado o re-definido y 3 como el máximo de original, elaborado o re-definido; y excepcionalmente, ante la duda se evaluará con 2. El motivo por el que valoramos con 1 y 3 simplemente, es porque no queremos entrar a juzgar cada categoría por sí misma, lo que se pretende es estudiar qué característica, de entre las señaladas, predomina en las obras escogidas. Para observar si este tipo de creaciones tienen un carácter más cercano a lo original o a la elaboración técnica distinguiremos tres categorías de análisis, originalidad, elaboración y re-definición.

- Originalidad: infrecuencia de “respuesta” a las “soluciones de los problemas” estéticos ya sea en el plano del contenido o en el plano de la expresión, y/o sorpresa que causa en el público en general.
- Elaboración: la adecuación entre los caracteres definidos que construyen un elemento, elementos o el conjunto de la obra desde la perspectiva del plano del contenido o el plano de la expresión con respecto a la calidad de la obra.
- Re-definición: es la habilidad para entender ideas, conceptos u objetos de manera diferente a como se había hecho hasta entonces, aprovechándolos para fines completamente nuevos. Este concepto está muy relacionado con el de originalidad, cuando una obra es innovadora significará que ha re-definido una idea, sin embargo, cabe reseñar que lo nuevo no sólo es el resultado de una visión peculiar como puede ser la re-definición, sino que implica una variación en las estructuras creativas.

También habrá que distinguir cada categoría de análisis en la forma del contenido y en la forma de la expresión. En la sustancia del contenido, o lo que es lo mismo, en la temática, no se observará distinción entre obras, porque todas corresponderán al paisaje urbano. En el caso de la sustancia de la expresión, es decir, en los materiales o soportes usados, y con el fin de conseguir distintos acabados, el óleo, el acrílico, el lienzo, etc., a veces se sustituyen por otra clase de soluciones, lo que significa una peculiaridad original, aunque esta particularidad no se suele dar entre las obras pictóricas más destacadas del género, las cuales no sobresalen por un uso innovador de los materiales. En cambio, en la forma del contenido, o en la manera de expresar el referente, las divergencias entre obras será mayor, al presentarse el tema de un modo simbólico, poético, narrativo, etc. Así ocurre con la forma de la expresión, donde cada creación posee un cuerpo organizativo, estructural y compositivo desigual. Por tanto, originalidad, elaboración y re-definición se evaluará atendiendo a ambos campos; forma del contenido y forma de la expresión.

Cuando hablamos de originalidad, elaboración o re-definición en la forma del contenido nos referimos a la materialización de la temática, es decir, cómo es de original, elaborada o ha quedado redefinida su resolución dentro de un carácter realista, simbólico, narrativo, poético, filosófica, etc.; Por otra parte, originalidad, elaboración o re-definición de la forma de la expresión es una reflexión sobre la estructura, organización y composición de la obra.

4. Selección, análisis e interpretación

4.1. Selección de obras

Probablemente, la consagración del paisaje urbano como temática única se produjo con la aparición de la escuela de Delft, ciudad al oeste de Holanda que causó admiración entre los pintores de finales del Renacimiento. De entre los artistas que la representaron se encuentra Johannes Vermeer, cuya obra, Vista de Delft (fig. 1) de 1660-61, se considera uno de los paisajes urbanos más importantes jamás pintados, en ella, la increíble precisión con la que el artista pinta la arquitectura de la ciudad, hace pensar que recurrió al uso de la cámara oscura.



A comienzos del siglo XVIII nació el vedutismo, un género pictórico que consistía en pintar la ciudad por el simple hecho de representarla, concretamente se pintaba Venecia, para vender la obra como recuerdo a los extranjeros acaudalados que solían visitarla. El más famoso de los pintores venecianos fue Canaletto, del que llegó a decir un marchante de la época que hacía brillar el sol en sus pinturas. Su popularidad le llevó a Londres continuando allí con su interés por el paisaje urbano, aunque en este caso cambió Venecia por Londres. Un ejemplo de su obra es The Stonemason's Yard (fig. 2) pintado en 1765.



A finales del siglo XIX, los impresionistas tomaron el paisaje urbano entre sus temáticas preferidas, además de sentirse atraídos por elementos de la vida moderna de la época, como estaciones de ferrocarril, puentes, etc., no dejaron de lado las distintas vistas de la ciudad, como es el caso de Calle de París, día de lluvia (fig. 3) pintado en 1877 por Gustave Caillebotte o Boulevard Montmartre, nocturno (fig. 4) realizado en 1897 por Camille Pissarro. Asimismo, James Abbott McNeill Whistler fue de lo más notable en paisaje urbano americano del siglo XIX, que junto a Childe Hassam y sus famosas pinturas de banderas, como Allies Day (fig. 5) efectuada en 1917, representan al impresionismo americano.





Fig. 5, *Allies Day*, pintura.aut.org

Sin embargo, la pintura urbana del nuevo continente tuvo su momento álgido con la aparición de la Ashcan School que con sus obras buscaba representar la vida cotidiana en Nueva York a principios del siglo XX. George Bellows con sus narraciones de la vida neoyorquina, como la obra titulada *New York* (fig.6) de 1911, y Edward Hopper, que a través de obras como *Nighthawks* (fig. 7) de 1942, es otro narrador de la vida social aunque más cercano a la soledad de la ciudad, son los artistas más importantes asociados a esta generación.



Fig. 6, *New York*, www.theartwolf.com

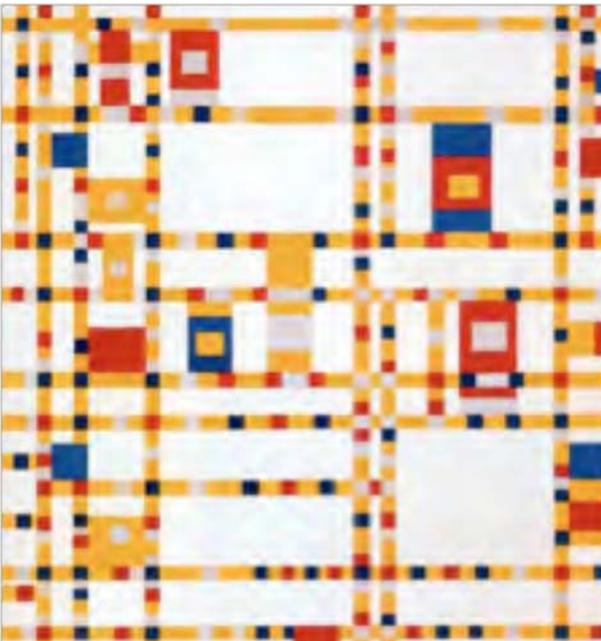
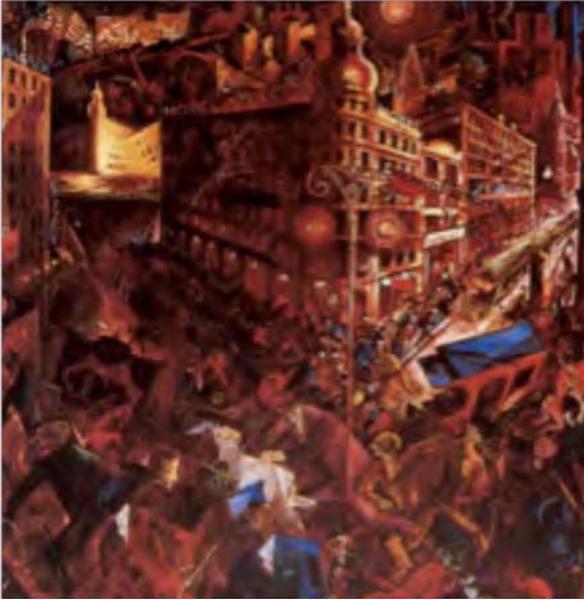


Fig. 7, *Nighthawks*, www.theartwolf.com

A principios del siglo XX, con las llamadas vanguardias históricas, los estilos se suceden y la representación del paisaje urbano se vuelve muy variada, un ejemplo de expresión introspectiva tomando como referencia la ciudad, es París a través de la ventana (fig. 8) de 1913 de Marc Chagall, donde se muestra una particular visión de la ciudad inundando al espectador de la magia con la que el artista recrea su idea de París. Como decimos, la singularidad se hace fuerte en la expresión artística de principios del siglo pasado, cada autor nos sumerge en la particularidad estética y reflexiva con la que comulga, el expresionismo de George Grosz con su obra *Metrópolis* (fig. 9) de 1917 nos llena de desasosiego; o el estilo cubista de Fernand Léger que con *The City* (fig. 10) de 1919 nos desorienta y llena de ambigüedad. Más cercano a la abstracción, o al neoplasticismo del que fue precursor, y lleno de su propia forma de comprender la pintura con respecto a la realidad, Piet Mondrian nos presenta su obra *Broadway, Boogie Woogie* (fig.11) de 1942-43 donde el color plano y las rectas formando rectángulos y cuadrados nos recuerdan el trazado sobre el mapa de la ciudad de Nueva York.



Fig. 8, *París a través de la ventana*, www.theartwolf.com



En la segunda mitad del siglo XX se podría decir que aparece o que vuelve el hiperrealismo o “fotorrealismo” de la mano de artistas como Antonio López, para el que el paisaje urbano tiene una gran importancia en el desarrollo de su carrera, su famosa obra *Gran Vía* (fig. 12) realizada entre 1974 y 1981, es muestra de ello. Del mismo modo, Richard Estes tiene una producción artística donde el paisaje urbano es visto desde los ángulos y a través de los reflejos más personales, ejemplo de ello es su obra realizada en 2010 titulada *Broadway Bus Stop, Near Lincoln Center* (fig. 13). Finalmente, en la obra de artistas como Wayne Thiebaud, el paisaje urbano ejemplificado en su obra *Ripley Street Ridge* (fig. 14) pintada en 1976, sigue una línea más cercana al Pop-Art, etiqueta a la que se pueden asociar sus pinturas de golosinas, juguetes, etc.; también en las creaciones de Gerhard Richter comparte protagonismo una temática vinculada a la abstracción y otra referida al paisaje, como es la obra *Jerusalem* (fig. 15) de 1995, aunque en ambas materias encontramos el uso ambivalente de la fotografía y la pintura, creando una fusión que nos transporta a una realidad externa e interna.



Fig. 12, *Gran Vía*, www.theartwolf.com

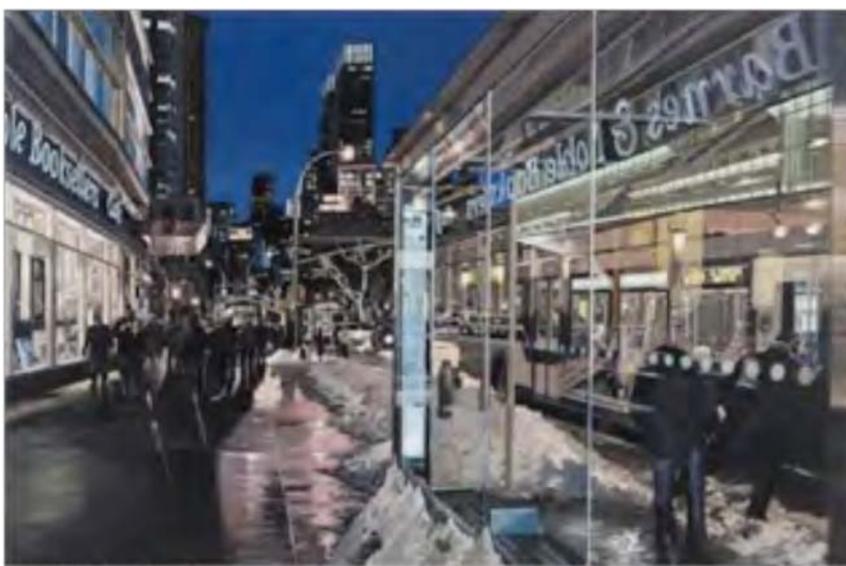


Fig. 13, *Broadway Bus Stop, Near Lincoln Center*, www.theartwolf.com

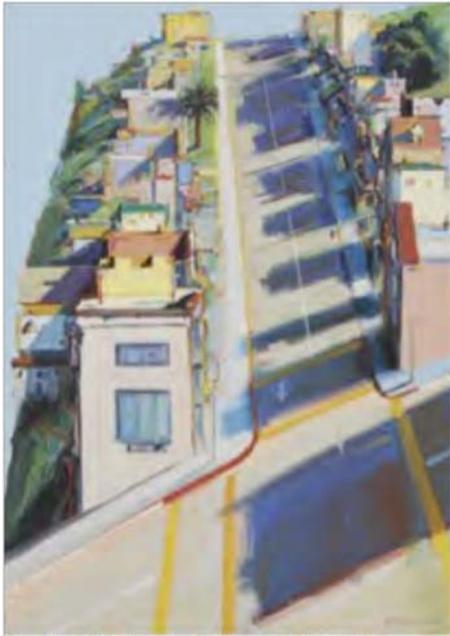


Fig. 14, Ripley Street Ridge, pintura.aut.org



Fig. 15, Jerusalem, pintura.aut.org

4.2. Análisis e interpretación

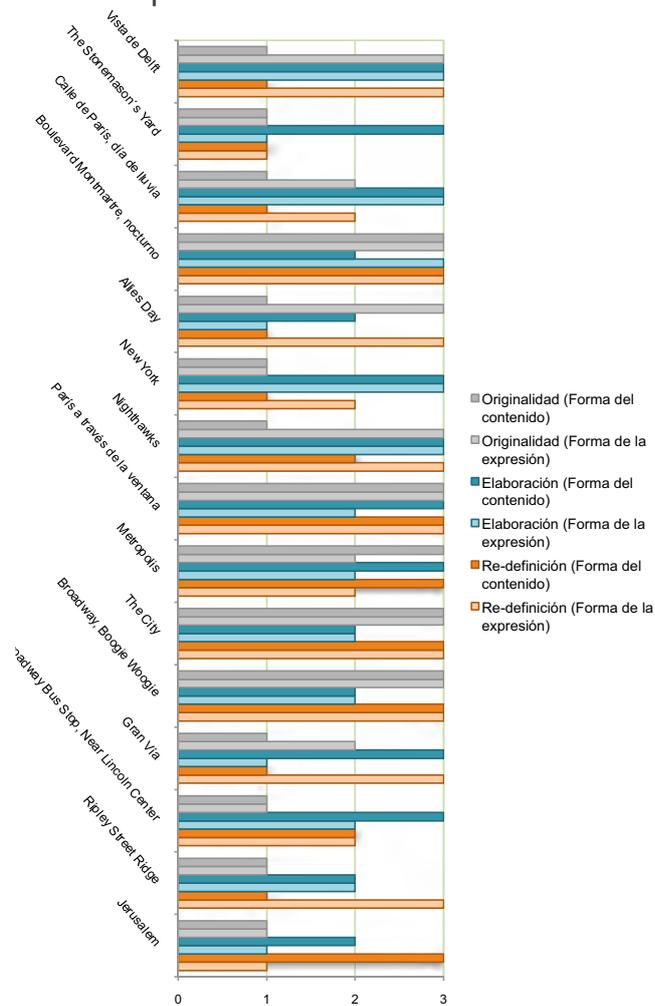


Gráfico 1. Análisis de obras. Fuente Propia.

El gráfico 1 es el resultado de la puntuación obtenida por el conjunto de las obras seleccionadas después de haber analizado como inciden los conceptos de originalidad, elaboración y re-definición en la forma del contenido y en la forma de la expresión.

Como consideración particular de las distintas creaciones apreciamos en la obra de Vermeer (fig. 1) titulada Vista de Delft la preocupación por el paisaje urbano, centrándose plenamente en los elementos compositivos que definen la ciudad, por lo que se considera una obra original y elaborada [X] puntuada con un 3 (gráfico 1) [X] en su forma de expresión, porque aunque no se pueda estimar en qué fecha surgió el paisaje urbano, y pese a que se considera un fresco de 1335 de Ambrogio Lorenzetti llamado Ciudad junto al mar como el primer paisaje urbano de la historia occidental, no fue hasta la aparición de la Escuela de Delft la que trajo en sus representaciones la consagración del paisaje urbano como parte protagonista de la obra. En The Stonemason's Yard (fig.2) de Canaletto la forma en la que se ha materializado la temática, es decir, el paisaje urbano, es el hecho más destacado, siendo puntuado con un 3 (gráfico 1); no ha sido considerada original ni tampoco parece que entienda la representación del paisaje urbano de un modo distinto, por lo que 1 (gráfico 1) es la valoración otorgada.

Observamos como en siglos anteriores al XX, parece que sin intención, la expresión artística encuentra caminos creativos distintos a los anteriores, aunque, será a finales del siglo XIX y principios del mencionado siglo XX cuando el propósito de lo nuevo tome forma y se haga patente en la gran amalgama de estéticas que se suceden. Como decimos, casi caduco el siglo XIX aparece el impresionismo, que como movimiento artístico marca el inicio de una manera de comprender la creación pictórica, los paisajes del natural toman fuerza, y más aquellos que ejemplifican el progreso, se retrata la ciudad bajo las distintas luces, desde las diferentes perspectivas del tiempo, todo para ofrecer un concepto de arte nuevo, lleno de vida y cambio, al menos, así queda reflejado en obras como Boulevard Montmartre, nocturno (fig. 4) donde una técnica novedosa o la composición de una calle como observada desde arriba, llenan de originalidad (gráfico 1 , Boulevard Montmartre, nocturno) esta forma de representar el paisaje urbano.

Las primeras vanguardias definen un momento muy creativo y personal en lo que a la representación plástica se refiere. Pero no es sólo personal sólo por provenir de un individuo, sino que basado en aspectos filosóficos que envuelven el sentido de la expresión, el artista, influenciado por si mismo produce obras que van más allá de la mera representación sensorial. Lo que intentan los artistas de la época es ofrecer un punto de vista más verdadero, como dice Danto

El manifiesto define cierto tipo de movimiento, cierto estilo, al cual en cierto modo proclama como el único tipo de arte que importa [...] La idea de contenido surge tarde en nuestra comprensión del arte, en ese punto – identificado por Hegel como el fin del arte- en el que el arte se convierte en pretexto para el juicio intelectual, en vez de ser una presentación sensorial de lo que se toma como realidad. (DANTO, A. C., 2001, 50-107).

y este ir más allá de lo sensorial, aparece en obras como París a través de la ventana (fig. 8), puntuada con 3 (gráfico 1) en originalidad tanto en la forma del contenido como en la forma de la expresión, porque su simbólica, innovadora y particular composición del paisaje urbano reinventa la forma de mirar la ciudad. Lo que nos induce a pensar que esta búsqueda de un arte más auténtico que otro, desata las iras de la creatividad, aparentemente aplacadas en nuestros días, donde la validez de esto y de lo otro precisa de, como Danto (2001) había proclamado, la muerte de las estéticas. Esta “verdad” del arte se aprecia en la obra expresionista Metrópolis (fig. 9) evaluada con un 3 (gráfico 1) en su forma del contenido, es decir, en la manera en la que se ha representado

la temática del paisaje urbano, en cambio, se ha valorado con un 2 (gráfico 1) la originalidad de la forma de la expresión porque su composición se asemeja a las aceptadas composiciones impresionistas. *The City* (fig.10) de Fernand Léger y *Broadway, Boogie Woogie* (fig. 11) de Piet Mondrian encarnan la originalidad en la forma en que está representado el paisaje, siendo valoradas con 3 (gráfico 1), al igual que la estructura, organización y composición desde la que nos presenta el paisaje urbano (gráfico 1 , *The City* y *Broadway, Boogie Woogie*).

Posteriormente, en creaciones como *Nighthawks* (fig. 7) de Hopper está muy elaborada la forma de representar la ciudad, puntuándola con un 3 (gráfico 1), del mismo modo, un 3 (gráfico 1 , *Nighthawks*) hemos dado a la original y elaborada composición que acaba transportándonos a la soledad del urbanita, con esa perspectiva de un pequeño bar visto desde el exterior, que de alguna forma redefine la idea que se tiene del paisaje urbano.

A partir de los años 70 el concepto de originalidad decae en la forma del contenido y en la forma de la expresión, la obra *la Gran Vía* (fig. 12) es un ejemplo de ello. En ella se valora sobre todo el atisbo de redefinición, 3 (gráfico 1 , *Gran Vía*), del paisaje urbano con la introducción de esas “isletas” del pavimento en la composición de la ciudad, hecho aparentemente inocuo pero que renueva la simbología propia de la ciudad. Pero esta ausencia de originalidad no nos puede hacer olvidar la perfección en la elaboración técnica con la que se desarrolla el tema, valorada con 3 (gráfico 1 , *Gran Vía*).

Igualmente, *Broadway Bus Stop, Near Lincoln Center* (fig. 13) de Richard Estes presenta unas características parecidas a *Gran Vía* (fig.12) de Antonio López, con la salvedad de que la obra de Estes redefine (2, gráfico 1), en su momento, el montaje del paisaje con el uso del “fotorrealismo”, ayudándose de la fotografía para llegar a sus acabados, aunque nos queda la duda al no poder conocer la verdad sobre si Vermeer utilizó la cámara oscura para el desarrollo de su *Vista de Delft* (fig. 1), lo que haría de este hiperrealismo actual una representación igual que aquella diferenciándose factores externos, el motivo y la tecnología, pero no internos como el proceso creativo. También, la estructura compositiva de *Broadway Bus Stop* (fig. 13) nos recuerda a la de *Nighthawks* (fig. 7) ordenada en dos grandes bloques que parten el espacio, a la derecha un primer plano y en el tercio izquierdo un segundo plano, aunque en el caso de la figura 13 fuga hacia un punto en la llamada línea de horizonte, distinguidas ambas imágenes por los figurantes que aparecen en ellas, recreando en la obra de Hopper la soledad y en la de Estes el bullicio y el ritmo de la ciudad, por tanto, pese a ser sólo original (1, gráfico 1 , *Nighthawks*) en la medida que es una creación individual podemos decir que reinventa la organización de los elementos compositivos para ofrecernos una reflexión personal sobre la ciudad.

La misma tónica sigue la pintura de Thiebaud *Ripley Street Ridge* (fig. 14) que de alguna manera introduce aspectos disonantes en la composición y estructura de la obra, transformando la percepción del espacio creado gracias al ritmo del color y a una composición “familiar” que se muestra extraña, trasladándonos a la típica ciudad americana, jugando con esa estética pop que retrata más la felicidad de un entorno “controlado” y artificialmente bello. Debido a que aporta detalles novedosos se ha valorado con 3 la forma de la expresión (gráfico 1 , *Ripley Street Ridge*). Finalmente, Richter indaga en la forma de representar el paisaje, de este modo, su obra *Jerusalem* (fig. 15) ejemplifica, a causa del uso de la fotografía y la pintura, la representación estética que reflexiona sobre el concepto de realidad, es decir, ¿dónde está lo real? en una imagen fotográfica literalmente o en la manipulación a través de pinceladas del artista de dicha imagen, avanzando hasta presentar su propia realidad dicotómica. Así que destacamos la redefinición en la materialización del paisaje urbano (3, gráfico 1 , *Jerusalem*), por el contrario no se observan otras características sobresalientes (gráfico 1 , *Jerusalem*).



Gráfico 2. Porcentaje total de los factores evaluados. Fuente Propia.

Partiendo del análisis realizado apreciamos que la elaboración en el modo en el que se representa la temática es un factor considerable a lo largo de la historia en la creación del paisaje urbano. El grado de preocupación que denota la elaboración de la forma del contenido es del 86,67 % (gráfico 2) frente al 55,56 % (gráfico 2) de originalidad en la forma del contenido, lo que significa que dentro del compendio de obras revisado el mayor interés artística radica en el nivel de elaboración, aunque la necesidad de aplicar nuevas cualidades a los referentes temáticos hace que la re-definición de la forma del contenido alcance un alto porcentaje, 64,44 (gráfico 2), aunque no tanto como el ya mencionado de elaboración.

En referencia a la organización, estructura y composición de la obra, es decir, a la forma de la expresión, se desvela un elevado esfuerzo por encontrar la originalidad, 71,11 % (gráfico 2), en el estilo de componer, organizar o estructurar los elementos. Algo menor, 68,89 % (gráfico 2) es el grado de elaboración en la forma de expresión del paisaje urbano que indica como un tema concreto puede limitar la creatividad en la composición, organización y estructura; aunque se busca introducir características singulares, cualidad propia de toda creación individual, alimentando el porcentaje en el concepto de re-definición, 82,22 % (gráfico 2).

Conclusiones

Inmersos en el bullicio de la gran avenida los estímulos se presentan a diestro y siniestro haciendo al caminante que construya su propio discurso del ambiente que rodea a su percepción, que como otra expresión más, la creación del paisaje urbano es la retórica de su recepción, un fin más de su experiencia.

Como se aprecia en los resultados obtenidos, la tendencia a realizar obras donde la elaboración material, técnica, compositiva, estructural, etc., tiene mayor peso, es más común que la necesidad de encontrar argumentos demasiado originales, tanto en la forma del contenido como de la expresión. Como dice José Javier Esparza (2007) hay ocho rasgos que definen el arte contemporáneo, algunos de ellos son; la búsqueda obsesiva de la novedad, la dificultad en la decodificación de los significados, o la interminable lista de soportes para la creación. En el caso del paisaje urbano la originalidad no es una obsesión, se advierte, sobre todo, en obras de principios del siglo XX, en creaciones más actuales la diferenciación la encontramos en pequeños detalles que surgen a causa de la individualidad del artista, en cierto modo, una forma más de originalidad, aunque en este trabajo la hemos

especificado como re-definición. El carácter del paisaje urbano evita la dificultad de su significado, porque utiliza argumentos inteligibles normalmente cercanos a la figuración, además al no incluir habitualmente rasgos muy novedosos y extraños es más asequible al público en general.

Arnheim (1992, 130) establece que la calidad artística de una obra de arte no es cuestión de preferencias críticas, sino de cuál es el grado en que se manifiesta la esencia del arte, siendo obras inferiores las que están contaminadas por accidentes de carácter personal, económico o social. Nos cuestionamos si la calidad artística de una obra es fruto de un alto nivel de elaboración o por el contrario esto es sólo una gran virtud artesanal pero no artística, siendo la calidad artística fruto de la reflexión sobre el concepto de arte, idea más cercana al pensamiento creativo de las vanguardias, que buscaban más allá de la introducción de unos cuantos elementos característicos. Será que la forma de indagar del arte actual es la manera en la que se representa o quizá será que no cabe teorizar sobre él, porque el interés se encuentra en el objeto, en los hechos, en lo tangible, en lo inmanente y no en lo trascendente.

Pero no sólo se pretende que exista una expresión plástica, son muchas las aceptadas como válidas, por ejemplo la obra de Richter que reflexiona sobre el concepto de realidad en el arte, o la de Antonio López y Richard Estes que es un alarde de expresión técnica extrema, incluso la sensación pop ofrecida por Thiebaud, etc.; en cuestiones de mercado no hay un arte más verdadero que otro, lo que posee una elaboración técnica exagerada se entremezcla con la expresión intelectual, por lo que discernir entre qué caminos son más representativos es una cuestión que busca definir el sentido del arte y, en cierto modo, restringe la creación a la necesidad de expresar algo más allá de la simple apariencia.

Si nos dejamos llevar por teóricos del arte, es más certera la idea de que el arte no debe de buscar compulsivamente la originalidad, la innovación técnica, la reflexión profunda sobre sí mismo sin ser elocuente en su estructura y organización formal, sino que debe recalar en una especie de autenticidad que lo vincularía a un contexto de una forma más natural. Pero en contraposición, la artificialidad es una realidad que nos rodea, por lo que todo lo negativo que parece atribuírsele al arte es metáfora de su tiempo, pero dónde está la elocuencia entre el pensamiento y la forma expresiva,

sin embargo, una cosa es evidente: cuanto más se equilibre la relación entre la importancia concedida a la “idea” y la atribuida a la “forma”, con tanta mayor elocuencia manifestará la obra lo que se denomina su contenido. (PANOFSKY, E. 2001).

si no hay elocuencia entre ambos hablamos de que cualquier hecho, suceso o idea que convive a nuestro alrededor es parte de este momento, por lo que hemos de ir más allá. También, adjetivos como “bonito”, “horrible”, “feo”,... no representan la evaluación estética. Para hacer juicios estéticos hay que aludir a determinadas cuestiones internas del lenguaje de la obra o como dice Bozal (1996, 31) ofrecer ciertas razones para su juicio, referirse a ciertos paradigmas, o establecer ciertas analogías. Interpretando las palabras de Bozal desde la perspectiva artística actual, aquellas obras más cercanas al gusto sensorial, donde no habría razones, paradigmas o analogías para su juicio, sino sólo valoración superficial pertenecerán a otra clase de objetos, pero no a los artísticos.

En conclusión, la creación artística debería de usar la técnica como vehículo de expresión, no como fin, porque entonces hablaríamos de artesanía. El paisaje urbano creado bajo la realista técnica tiene más parecido a la perfecta construcción de un mueble que a la expresión artística de un individuo. Como producto que anhela ser artístico queda lejos, otra cosa sería cuándo empezaría a ser considerado como arte. En teoría no lo es, sin embargo,

en la práctica tanta perfección podrá generar un sentimiento tan profundo que abrume y caer en la tentación de lo artístico, igual que un médico que realiza una perfecta operación de gran complejidad puede considerarse como un artista, pero ¿lo es?

Referencias bibliográficas

- Arnheim, Rudolf. (1992). Ensayos para rescatar el arte. Madrid: Cátedra. Traducción de Jerónima García Bonafé.
- Bozal, Valeriano. (1996). Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas. Madrid: Visor.
- Danto, Arthur C. (2001). Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Esparza, José Javier. (2007). Los ocho pecados capitales del arte contemporáneo. España: Editorial Almuzara.
- Fernández, G. El paisaje urbano en la pintura. Theartwolf.com online magazine. Recuperado de <http://www.theartwolf.com/articles/cityscapes-paisajes-urbanos.htm>
- García García, Francisco. (1991). Estrategias creativas. Madrid: Dirección general de renovación pedagógica.
- Guichard Meili, Jean. (1965). Cómo mirar la pintura. Barcelona: Labor. Traducción de Juan-Eduardo Cirlot.
- Levitt, Theodore. (2003). La creatividad no es suficiente. Barcelona: Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.
- Ortega y Gasset, José. (Primera edición). (1987). La deshumanización del arte y otros ensayos de estética. Madrid: Editorial Espasa Calpe, S.A.
- Panofsky, Erwin. (2001). El significado en las artes visuales. Madrid: Alianza.
- Picó, Josep. (1988). Modernidad y postmodernidad. Madrid: Alianza. Versión española de Francisca Pérez Carreño.
- Romo, Manuela. (1997). Psicología de la creatividad. Barcelona: Editorial Paidós.

PAISAJE, LUGAR Y MEMORIA.

PROYECTO PARA UN JARDÍN DEL SIGLO XXI

Francisco Javier Gómez de Segura Hernández

Profesor titular de escultura

Facultad de Bellas Artes, Universidad de Murcia

Campus universitario. 30100 Espinardo. Tf.: 619854936-Email: javgomez@um.es

Resumen

Con esta comunicación se quiere presentar y analizar el proyecto del “Parque de Levante” que el Ayuntamiento de Murcia está promoviendo en colaboración con otras instituciones.

Es un proyecto que empezó a gestionarse en el año 2006 y que supone la creación de un gran parque público en una zona localizada entre los márgenes del río Segura y los campos de huertos que bordean los límites de la ciudad.

El parque será un gran centro cultural que acogerá un museo y espacios destinados a la promoción del arte, el diseño y la arquitectura; también servirá de lugar de encuentro y de socialización, donde se promueva el acercamiento de la ciudadanía con la naturaleza y el paisaje autóctonos.

El proyecto se ha definido siguiendo varias líneas directrices basadas en la idea de hacer convivir en un mismo espacio el arte del museo, la producción de experiencias artísticas contemporáneas y el fomento de las actividades colectivas, a la vez que la promoción de estrategias que impulsen los valores ecológicos relacionados con la singularidad del propio lugar.

Consideramos que un proyecto de estas características puede ser motivo de estudio pues en él se desarrollan distintos temas de interés, entre otros, pueden citarse aquí: la relación entre arte y naturaleza, el diálogo de la arquitectura con el paisaje, los planteamientos de sostenibilidad en nuevas infraestructuras urbanas, la idea de un paisajismo relacionado con la memoria del lugar, la función social de los espacios públicos, etc.

Palabras clave

Paisajismo, Land Art, Ecología del paisaje, Memoria y lugar, Diseño urbano

Abstract

In this paper we want to present and analyze the project “Parque de Levante”, which the city of Murcia is promoting in partnership with other institutions.

This is a managed project that began in 2006 and involves the creation of a large public park in an area located between the banks of the river Segura and golf gardens that border the city limits.

The park will be a great cultural center that will house a museum and space for the promotion of art, design and architecture, will also serve as a meeting and socializing, which promotes citizenship approach to nature and landscape native.

This project has been defined following several guidelines based on the idea of living in the same space the

museum's art, the production of contemporary artistic experience and the promotion of collective activities, while promoting strategies that foster ecological values associated with the uniqueness of the place itself.

We believe a project like this may be interesting to study because he developed various topics of interest,

and we can mention here: the relationship between art and nature, dialogue with the landscape architecture, sustainable approaches in new urban infrastructure, the idea of a landscape-related memory, the social function of public spaces, and so on.

Key words

Landscaping, Land Art, Landscape ecology, Memory and place, Urban design.

Introducción

Esta comunicación presenta el proyecto del “Parque de Levante” de la ciudad de Murcia, auspiciado por su Ayuntamiento y la Fundación Murcia Futuro. El proyecto se está desarrollando con el master plan presentado por el estudio de arquitectura K/R, que lo ha planteado como un jardín dedicado al arte y la cultura, donde han de respetarse las peculiaridades de la zona de huerta de su emplazamiento.

Aquí analizaremos la metodología utilizada para el planteamiento del proyecto, tanto desde el punto de vista del diseño como en los aspectos contextuales del mismo, que tienen que ver con los beneficios sociales, culturales y artísticos que se esperan alcanzar.

Paralelamente a la presentación del proyecto se aportan varias reflexiones que lo explican desde diferentes puntos de vista, como desde el paisajismo, del arte en contextos naturales, del espacio público o de la sociología urbana.

Objetivos

Entre los objetivos de esta comunicación destacaremos en primer lugar el interés que pueda tener un proyecto de estas características, dándose a conocer entre los especialistas que participan en el congreso.

También será interesante analizar las distintas estrategias que se han seguido para conformar una idea que surge del ámbito político, que se desarrolla en el campo profesional de la arquitectura y el paisaje y que debe terminar enraizando en la comunidad para la que se destina.

Intentar comprender la metodología de diseño utilizada hasta llegar al master plan presentado, es otro de los objetivos propuestos.

Y finalmente, otra de las aspiraciones de esta comunicación será estudiar los argumentos que enlazan este proyecto con el lugar, el paisaje, su ecología y el entorno social.

Metodología

Al tratarse de un proyecto en fase de desarrollo, hemos tomado interés por todo lo relacionado con el diseño, con las propuestas paisajísticas, arquitectónicas y de usos que se proponen. También nos ha interesado la fase de gestión política y de concertación con los distintos grupos involucrados. Pero fundamentalmente hemos de indagar en los efectos y beneficios que el proyecto generará en la ciudad de Murcia.

Paisaje, lugar y memoria. Proyecto para un jardín del siglo XXI

La idea de proponer la creación de un gran parque en la ciudad de Murcia, que llevará por nombre “Parque de Levante”, surge a finales del 2006, cuando el Ayuntamiento de Murcia, junto con la Fundación Caja Murcia, constituyeron la fundación Murcia Futuro, que tiene como objetivo principal impulsar la construcción de este parque en los terrenos que se encuentran a lo largo de la ribera del río Segura, junto al Palacio de Congresos.

Entre los fines propuestos en el acta de constitución de la fundación Murcia Futuro están el “favorecer el enriquecimiento cultural de Murcia y la sensibilización de la población en materia de arte, cultura y medio ambiente”. Por tanto, estas son las líneas directrices que irán definiendo el proyecto. También se hace mención en varias ocasiones a la necesidad de promover actividades relacionadas con los fines, lo que pone en evidencia la voluntad de invertir recursos en la planificación de eventos culturales, cuestión ésta importante, ya que toda infraestructura cultural necesita de un apoyo presupuestario que asegure la continuidad de programaciones coherentes con el esfuerzo inversor realizado y las políticas culturales que han de mantener las instituciones implicadas, siguiendo criterios de planificación cultural. Antonio Remesar define la planificación cultural como:

[...] un complejo proceso que debe formar parte de estrategias más amplias. Tiene que conectar con la planificación del territorio y la planificación de la ciudad; debe relacionarse con el desarrollo económico e industrial, con las iniciativas de justicia y con la planificación del ocio y el tiempo libre. Debe formar parte integral de otros procesos de planificación y, no ser, simplemente, un apéndice a ellos (Maderuelo et al. 2000, p. 206).

La extensión prevista para el parque alcanza los 500.000 metros cuadrados que serán destinados a equipamientos culturales, espacios de uso colectivo, jardines y huertos. La distribución inicial de los terrenos prevé destinar el 20% a parque urbano y el 80% restante de la superficie la ocupará el parque natural.

El pasado mes de marzo se presentó el proyecto del parque realizado por los arquitectos John Keenen y Terence Riley, que desde 1984 constituyen el estudio de arquitectura K/R con sede en Nueva York. Según su propia descripción: “El parque está concebido como un lienzo sobre el que se interviene artísticamente en lo que llamamos Land Art y arte medioambiental, que con una forma activa se acoplan como elementos al paisaje” (Keenen, J. y Riley, T. 2011). Esto da una idea del planteamiento general del proyecto, que pretende respetar y potenciar el carácter natural que ya tiene el lugar, pues se encuentra en una zona de cultivo, siendo la huerta uno de los elementos paisajísticos más característicos de la región murciana.

El proyecto contempla la idea de fundir en un mismo espacio las actividades artísticas que surgirán del Museo de arte, diseño y medioambiente junto a nuevos espacios naturales formados por jardines, palmerales y huertos; espacios para el uso colectivo de la ciudadanía, como una gran explanada para eventos, un anfiteatro natural y un

espacio denominado “semillero artístico”, que pretende ser un núcleo de creación para jóvenes artistas, en el que puedan disponer de lugares para el debate a la vez que realizar exposiciones con las obras que se producirán en los estudios para artistas que albergará el propio parque.

Uno de los planteamientos iniciales del proyecto es proponer la presencia de obras artísticas en el parque, según lo expuesto por Keenen y Riley (2011) en su master plan:

El Parque de Levante es concebido como un paisaje artístico, un parque sostenible con una relación simbiótica entre arte y paisajismo. Los diferentes elementos programáticos del parque y la variedad de paisajes se prestan a la inclusión de obras de arte, ya sea en la forma de esculturas (objetos artísticos) arte ambiental (Land Art), o instalaciones para infraestructuras. El arte será incorporado dentro de las áreas cultivadas, como el paseo, el talud, los campos silvestres y el malecón; así como las áreas no cultivadas como el campus del museo, el espacio para eventos, el patio y las plazas colindantes.

La idea de contemplar el arte en contacto con la naturaleza es una de las propuestas más singulares del proyecto. Se acerca al concepto del jardín de esculturas pero se quiere llegar más lejos, incorporando a la propia naturaleza en el diseño formal y estético del parque mediante una cuidada planificación realizada por paisajistas especialmente sensibles con las ideas de respeto y protección medioambiental. A este respecto, Jimena Blázquez considera que la vinculación entre arte y naturaleza en los parques de esculturas es un factor fundamental para suscitar el interés de los visitantes, y dice:

[...] las intervenciones artísticas en estos espacios van acompañadas de un proyecto amigable con el medio, en el que los elementos del paisaje no se ven afectados negativamente por la intervención. Más aún, un cierto número de ellos tienen como objetivo el retorno a lo natural, una nueva forma de abordar el hombre al universo. Se pretende no sólo mostrar las creaciones de los escultores, no sólo establecer una relación dialéctica arte-naturaleza, sino fomentar asimismo el contacto y el respeto por la Tierra (Blázquez, Varas, y Rispa, 2006, pp. 13-14).

Algunas de las ideas del proyecto tienen su punto de partida en un proceso pedagógico y de discusión colectiva, ya que El master plan presentado por Keenen y Riley se sirvió de los planteamientos obtenidos por el máster de arquitectura de la Graduate School of Design de la Universidad de Harvard, donde se desarrolló este proyecto como una propuesta de estudio de caso de investigación, mediante la elaboración de estudios para la planificación urbana y el diseño arquitectónico del parque. Como resultado de esta experiencia, algunas de las propuestas desarrolladas en ese curso de doctorado del Departamento de Arquitectura se han incorporado al master plan de Keenen y Riley.

Al encontrarse los terrenos de este parque en una zona agrícola, en la que aún se mantienen numerosos huertos en producción, el proyecto se ha planteado desde una perspectiva de conservación y respeto al paisaje y la naturaleza autóctona, a la vez que se presenta sensible hacia la memoria del lugar en que se arraiga.

El interés por conservar el patrimonio paisajístico de la huerta, ha llevado a los miembros de la fundación y a los diseñadores del proyecto a tomar conciencia del valor que supone para la ciudad el poder recuperar y mantener un patrimonio que está condenado a desaparecer por la expansión del casco urbano, que en sus límites presiona

constantemente sobre el sistema de los huertos y la biodiversidad que mantiene en su medio ambiente. Por este motivo, son muy destacables las acciones conservacionistas que se incluyen en el proyecto: que tienen especial cuidado con el trazado de los senderos y caminos, y establecen las diferentes zonificaciones con arreglo a la naturaleza preexistente, manteniendo y preservando la flora autóctona e implantando otras medidas que promueven la sostenibilidad, como el tratamiento de la biomasa o el aprovechamiento del agua. También el master plan contempla el desarrollo de un plan de sostenibilidad que alcanza a la selección de plantas endémicas para el repoblamiento, utilización de las aguas pluviales y regadío por goteo; a la vez que el desarrollo de un programa del tipo “red cero”, mediante la generación de energía limpia y la no emisión de CO2.

El proyecto también da importancia a los aspectos relacionales del parque con el contexto social, así, entre las ideas presentadas por Keenen y Riley se contempla la creación de un programa de “educación comunitaria”, marcándose una serie de objetivos encaminados a conectar las actividades generadas en el parque con los distintos grupos sociales, apoyándose para ello en un sistema de voluntariado. También, desde la fundación Murcia Futuro se están iniciando contactos con los colectivos cercanos a las áreas de influencia del proyecto, como son las asociaciones huertanas, grupos de vecinos y distintos interlocutores de la comunidad.

Todo ello es indicativo de la metodología seguida en el diseño de este proyecto, en la que destacan los mecanismos de diálogo de la propuesta con el lugar, con su propia ecología, y con los distintos actores sociales. Pero también, un proyecto de esta envergadura ha de plantearse en comunicación con el sistema urbano en el que se inserta, con las infraestructuras y los servicios preexistentes; en suma, avanzar integrándose en el proceso dinamizador de la vida metropolitana y tomando el protagonismo necesario como para introducir el paisaje en una ciudad necesitada de zonas verdes bien articuladas. Compartimos con Jordi Borja (2005) sus ideas sobre el paisaje urbano cuando dice:

El paisaje ha entrado con toda legitimidad en el urbanismo, no como un complemento sino como un elemento principal, a veces incluso ordenador. En unos casos, en la ciudad más densa y consolidada, porque hay que abrir espacios respirables, introducir la belleza y la naturaleza en el cemento y la congestión, cualificar los espacios públicos y vividos. El paisaje urbano hoy es concebido como algo más que el verde, el rol de la calle, el mobiliario urbano, el monumento, el diseño de plazas y parques, las fachadas, las perspectivas... Es también el uso del espacio público, el ambiente urbano entendido como seguridad, animación y transmisión de significados, el uso (o reuso) del patrimonio y de la memoria [...] (pp. 84-84).

El otro gran objetivo del proyecto es la promoción del arte y la cultura en un entorno natural. Como ya se ha indicado, se quiere dotar a este nuevo espacio de equipamientos culturales: un museo de escultura al aire libre, con el que se planteará la conformación progresiva de una colección de escultura internacional; el Museo de arte, diseño y medioambiente, que se instalará en el propio campus del museo y que albergará varios edificios para colecciones permanentes, exposiciones, etc. y el “semillero de artistas”, un programa para promocionar a jóvenes creadores mediante un sistema de becas que les permitirán disponer de estudios para realizar sus proyectos.

Javier Maderuelo (2000) ha planteado la necesidad de incorporar al jardín público distintos aspectos de orden cultural que superen los valores puramente funcionales de las llamadas zonas verdes:

[...] la defensa o alabanza del jardín público atendiendo a sus funciones higienistas, desde mi punto de vista, es maniquea. No son necesarios los parques y jardines urbanos sólo por

sus efectos saludables sobre la población, por ser pulmones de regeneración del aire contaminado, por servir de espacios de esparcimiento deportivo, en los que los ciudadanos pueden correr y brincar sin tropezar con automóviles. No son necesarios por ser apropiados como lugar de reposo en el que combatir al estrés que atenaza al ciudadano o por resultar idóneos para el desarrollo de los juegos infantiles. [Mi idea de jardín público] se basa en otras necesidades de orden cultural. La necesidad de un jardín cultural se fundamenta en sus labores de educador de la sensibilidad pública y en la capacidad histórica que tiene el jardín de ser portador de significados culturales, de ser hogar de los mitos de nuestra cultura (pp. 75-76).

Creemos que estas afirmaciones refuerzan varias de las líneas planteadas en el diseño de este parque, con las que se pretende desarrollar el potencial cultural de los nuevos espacios.

Varios equipamientos permitirán programar actividades de grupos: un gran talud que superará una de las grandes vías de la ciudad y que albergará distintos servicios del parque, un anfiteatro, una explanada para grandes eventos y un malecón que recorrerá toda la ribera del río. Equipamientos que permitirán la socialización de ciudadanos y visitantes mediante el desarrollo de acontecimientos de carácter cultural, festivo y participativo, porque, coincidiendo con el informe del S.I.T. de Manresa:

Creemos que el papel de la cultura en general y el arte en el contexto de la ciudad contemporánea, ha de ser el de cohesionar, generar contenidos culturales y aportar valores de identidad a las comunidades altamente dispersas en el territorio de la fragmentación metropolitana (Parramón y Fontdevila, 2007, p. 45).

Al estar definido el proyecto desde una perspectiva ampliamente cultural, han de considerarse los valores sociales, educativos y artísticos que se generarán desde estos equipamientos mediante las diferentes programaciones a que darán lugar. A este respecto, también Jordi Borja (2005) hace una clara defensa del papel que han de asumir las instituciones y los actores sociales en los distintos programas culturales de la ciudad:

La oferta cultural tiene una función de cohesión interna, de relación entre los diferentes elementos pasados y presentes que configuran la identidad, siempre heterogénea, del territorio y de la sociedad que ahí vive. Pero también tiene una función hacia el exterior, de dar una imagen del país, de atraer flujos de población visitante, de inversiones y actividades, de informaciones... Hoy la cultura es un factor importantísimo para el progreso del territorio, para su capacidad de atracción, para la calidad de vida que ofrece, para las relaciones que permite establecer. Otra dimensión de la oferta cultural que hay que citar, también compuesta de dos elementos que pueden estar en tensión, es la que se refiere a la cultura como elemento que une y consolida los componentes culturales acumulados por la historia y la cultura como apertura e intercambio, con capacidad de integrar elementos exteriores y transformarse como efecto de esta asimilación, pero también como disposición a tolerar la diferencia, a convivir con colectivos y personas que expresan valores y formas culturales muy diferenciados, incluso contradictorios con los que se consideran propios del territorio [...] (pp. 308-309).

El master plan presentado por Keenen y Riley es muy explícito en las descripciones paisajísticas pero también han cuidado especialmente los aspectos de las conexiones del parque con la trama urbana preexistente, la relación de éste con el cauce del río, que queda inmerso en el trazado del parque y que se proponen rehabilitar para restituir de nuevo la flora y la fauna autóctonas; y por último, pretenden también dar vida al nuevo espacio promoviendo actividades relacionadas con la producción de cultivos hortícolas que podrán ser consumidos en los restaurantes del parque.

Tanto por la extensión de la intervención como por la variedad de usos y funciones de los espacios que pretende albergar, este parque es el mayor y más ambicioso proyecto paisajístico de la ciudad de Murcia y se llevará a cabo en varias fases que se prevé finalicen en el año 2015.

Conclusiones

Consideramos que el conjunto de actuaciones que irán conformando este proyecto se están llevando a cabo bajo la dirección de la fundación Murcia Futuro, entidad independiente y con la capacidad suficiente como para buscar los recursos necesarios que hagan posible el proyecto.

Es significativo que se haya realizado y presentado el master plan por un grupo de especialistas reconocidos internacionalmente: John Keenen arquitecto que forma parte del equipo de trabajo y Terence Riley, director del Museo de Arte de Miami y miembro del Consejo de Arquitectura y Diseño del Museo de Arte Moderno de Nueva York.

El planteamiento del proyecto adopta varios enfoques complementarios: político, de negociación y de diseño; que han de coordinarse responsablemente para conseguir los objetivos propuestos.

La promoción del arte, la cultura y el paisaje en una ciudad, debe ser un compromiso de los responsables políticos, los grupos sociales y de todos los ciudadanos. Las propuestas de este proyecto permiten canalizar las sinergias que ya se están generando después de ser presentado.

Los responsables del proyecto deben desarrollar un programa de concertación con todos los interlocutores sociales e iniciar una política de información específica de los distintos planes del parque para asegurarse la aceptación y la participación ciudadana.

Referencias

- Blázquez Abascal, J., Varas, V. y Rispa Márquez, R. (2006). Parques de esculturas, arte y naturaleza. Guía de Europa. Madrid: Documenta Artes y Ciencias Visuales.
- Borja, J. (2005). La ciudad conquistada. Madrid: Alianza
- Keenen, J. y Riley, T. (ed.). (2011). Master plan del Parque de Levante. Murcia: Fundación Murcia Futuro.
- Maderuelo, J. et al. (2000). Arte público, actas V curso arte y naturaleza: Huesca, septiembre 1999. Huesca: Diputación Provincial de Huesca.
- Parramón Arimany, R. y Fontdevila Subirana, O. (2007). Arte, experiencias y territorios en proceso. Barcelona: Idensitat.

Relación de imágenes del proyecto pertenecientes al *master plan* presentado por el estudio de arquitectura K/R.



Fig. 1: Situación del parque en la ciudad



Fig. 2: Simulación del parque en la ciudad

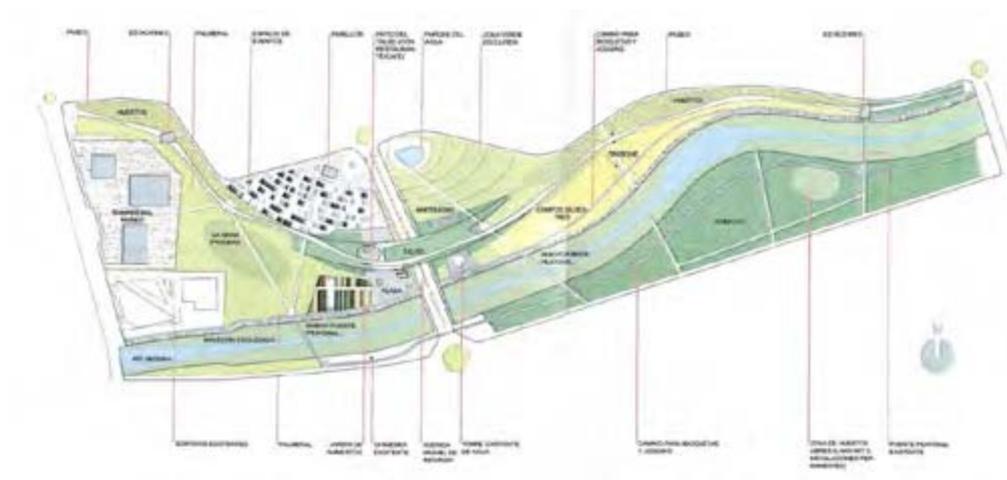


Fig. 3: Plano programático



Fig. 4: Imagen simulada de uno de los paseos



Fig. 5: Imagen simulada del talud central del parque



Fig. 6: Axonometría del talud



Fig. 7: Imagen simulada de uno de los paseos



Fig. 8: Imagen simulada de una de las terrazas

MUSEOS CREATIVOS: INNOVACIÓN MUSEÍSTICA DEL SIGLO XXI

Mónica Viñarás Abad

Profesora Doctora

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación. Universidad San Pablo CEU. Paseo Juan XXIII, 8 Madrid-
28040(España) Tlfn: + 34 91 456 42 74
Email: monica.vinasabad@ceu.es

Raquel Caerols Mateo

Profesora Doctora

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nebrija.
Calle Pirineos, 55. Madrid- 28040(España) Tlfn: + 34 91 452 11 00
Email: rcaerols@nebrija.es

Resumen

París... Louvre, Londres... National Gallery, Amsterdam... Van Gogh, Nueva York... MOMA, Madrid... Prado. No hay una gran ciudad que no se conozca por sus museos. Son parte de su personalidad, de su oferta cultural y reclamo turístico. Los museos son parte activa viva de la ciudad, lejos ya de aquellos museos que abrían sus puertas esperando a motivados visitantes. Hoy los museos salen de sus salas para convivir con los ciudadanos, para formar parte de su ocio, de su entretenimiento, y su disfrute, más allá de su aprendizaje y su formación. El público tiene nuevas necesidades, y los museos responden. Es la nueva museología.

Se suma a las nuevas demandas de la sociedad, el crecimiento que ha tenido la oferta museística, a los antiguos museos se unen ahora las colecciones privadas fruto de fundaciones y obra social prolífica. Si bien supone un beneficio para el ciudadano y por lo tanto para la sociedad, obliga a las instituciones a responder a esta situación y adaptarse a la oferta.

Esta investigación recoge ejemplos de cómo los museos se adaptan a las demandas de la sociedad a través de acciones innovadoras y creativas, aportando así a las ciudades donde se ubican un carácter diferenciador.

Palabras clave

Museos, creatividad, innovación, ciudades.

Abstract

Paris ... Louvre, London ... National Gallery, Amsterdam ... Van Gogh, New York ... MOMA, Madrid ... Prado. There is a great city is not known for its museums. They are part of his personality, its cultural and tourist attraction. Museums are actively living in the city, away from those museums opening their doors waiting for motivated visitors. Today the museum out

of their living rooms with citizens, to be part of their leisure, their entertainment and enjoyment, in addition to their learning and training. The public has new needs, and museums respond. Is the new museology.

Moreover, the range of museums has grown exponentially, the old museum collections are now joined pri-

vate foundations and the result of social work prolific. While it is a benefit for the citizen and therefore to society, requires institutions to respond to this situation and adapt to the offer.

This research provides examples of how museums are tailored to the demands of society through innovative and creative actions, thus contributing to the cities where you will find a distinctive character.

Key words

Museums, creativity, innovation, cities.

Introducción

El presente estudio muestra y analiza las acciones más creativas e innovadoras de los museos como agentes vivos y participativos de la ciudad, en su oferta y relación con los visitantes y los ciudadanos en general. A través de este análisis, se verá cómo estas instituciones, los centros de arte y cultura -que han proliferado en los últimos años- junto a los museos con siglos de historia, han cambiado su relación con los visitantes y, por lo tanto, su gestión, para ser una oferta acorde con las necesidades de los ciudadanos de las ciudades del siglo XXI.

Se han realizado una búsqueda de las actividades más creativas que están llevando a cabo los museos con el objetivo de acercarse y ser parte de la ciudadanía, no sólo como oferta artística, sino también de cultural y de ocio. Los museos han pasado de ser meros agentes receptivos, pasivos y estáticos, que esperaban la llegada de los visitantes, a una actitud proactiva, donde se promocionan las visitas, se fideliza a los visitantes, se promocionan sus exposiciones, y hasta se vende por internet, no sólo entradas, sino los artículos de las tiendas. El museo del siglo XXI tiene una gestión moderna y actual, consciente de la importancia de la comunicación con sus públicos, su relación con los agentes sociales y las necesidades de sus públicos. Todo ello requiere de estrategia, planificación e innovación.

Por otra parte, el crecimiento exponencial de la oferta artística, cultura y de ocio en las ciudades, ha llevado a los museos a buscar la creatividad en sus propuestas, adecuándose a la demanda y la nueva situación del mercado. Por eso, no nos sorprende ya que las entradas del Museo Thyssen se vendan en El Corte Inglés, que actores vestidos de época nos deleiten en los alrededores del Prado, o que el MACBA tenga perfil en Facebook. Son los museos del siglo XXI.

Así lo demuestran las personas que los dirigen, y que tan atentamente han respondido a esta investigación, tanto por su amabilidad personal, como por ser parte de su profesión, acercar el museo a la ciudad y a sus ciudadanos, en este caso a la Universidad y la investigación. Muchas gracias por su colaboración, eje vertebrador de este estudio.

Objetivos

Sobre un objetivo principal de investigación, se desglosan posteriormente otros objetivos secundarios. El objetivo principal de este estudio es identificar y analizar las acciones más novedosas e innovadoras de los museos dirigidas a los visitantes y ciudadanos, que constituyen los rasgos de la personalidad de la ciudad donde se ubican

y de su oferta, haciéndolas más atractivas y creativas.

Este objetivo se concreta en dos objetivos secundarios:

- Qué característica diferencial tienen estas acciones, tanto por las técnicas utilizadas como su realización
- Su aportación al museo en concreto, frente a otras acciones, y a la ciudad en general, respecto a otros museos y la oferta cultural

Por acción innovadora se ha considerado aquellas actividades nuevas, que nunca antes se habían visto en los museos (por lo menos en el territorio español), ya sea por su objetivo, las técnicas museográficas utilizadas o por los avances tecnológicos.

Metodología

Para poder conseguir estos objetivos hay que realizar una búsqueda de aquellas acciones más innovadoras que están desarrollando los museos en la actualidad. La oferta museística en España es muy amplia, más de 1300 museos inundan nuestra geografía. Es, a través de los medios de comunicación y de la repercusión de las actividades del museo en los mismos las que han provocado su estudio, junto con un análisis de las páginas web de los museos, donde se recogen todas las actividades que realizan. A nivel geográfico, ha sido la ciudad de Madrid la seleccionada para el estudio, por su acceso y proximidad a la observación y la experiencia directa con la creatividad de la oferta museística por parte de la investigación.

Por otra parte, ante la variedad y número de museos, se ha hecho una selección buscando la variedad de museos, por tamaño, tipología, y sobre todo, la variedad y originalidad y creatividad de las actividades del museo. Es lógico que los museos de mayor tamaño, cuenten con mayores recursos económicos para desarrollar estas acciones, por lo que también se ha querido prestar una atención especial a los museos más humildes en tamaño, que no en cualitativamente.

Las actividades más creativas que han supuesto una aportación innovadora a la oferta de la ciudad, y que por lo tanto finalmente se han tomado para esta investigación han sido las que a continuación se relacionan:

- Caixaforum. Por su incorporación al Paseo del Arte de Madrid, y su aportación a una zona emblemática de la ciudad. Situado entre el Prado, el Thyssen y el Reina Sofía, CaixaForum ha conseguido hacerse un hueco en la oferta cultural de Madrid y ser un reclamo en sí mismo.
- MACBA (Museo Nacional de Arte de Cataluña). Por su iniciativa “Madrid acoge al MACBA”, donde 33 reproducciones se instalaron en plena calle.
- Museo Lázaro Galdiano. Por su exposición “¿Qué hace esto aquí?”. Una exposición innovadora por sus técnicas museográficas, clásico y contemporáneo conviviendo en un diálogo.
- Museo del Prado. La digitalización del museo y la incorporación de la tecnología a la web. El Prado se ha adaptado a los retos tecnológicos para salir de las salas, y hacer así más atractiva la propia visita.

Una vez seleccionada la acción creativa del museo por su innovación y transcendencia, es a través de una entrevista con los responsables del museo (ya sea director, director de comunicación, marketing, etc.) como se profundiza sobre la misma, sus objetivos, medios, y repercusión. Estas entrevistas se han realizado por mail, teléfono, o

personalmente, en función de la ubicación y disponibilidad de los responsables del museo.

Las cuestiones a tratar en la entrevista son aquéllas que permiten alcanzar los objetivos, y se circunscriben a estas cuestiones:

- Qué aportación diferencial aporta el museo a la ciudad/cuál es la oferta diferencial del museo respecto a otros de la misma ciudad: tamaño, tipo de exposiciones, talleres, horarios, ubicación, actividades complementarias, etc.
- Por qué se plante esta actividad en concreto, qué problema o qué situación intenta resolver
- Qué departamento organizada y realiza la actividad
- Qué papel tienen los museos en las ciudades: arte, cultura, ocio, diversión, educación, formación, reclamo turístico, etc. ¿Ha cambiado en los últimos años?
- Realizan algún tipo de investigación (p. ej. encuestas) para conocer la opinión del público y los visitantes
- ¿Qué papel tienen los museos en la actualidad? ¿cree que ha cambiado su papel en la sociedad en los últimos años?

1. Museos del siglo XXI

No hay una guía de viaje que no hable de Madrid sin mencionar el Paseo del Arte, no se concibe Málaga sin el Museo Picasso, o Valencia sin el IVAM. Los museos son parte del ADN de la ciudad, porque son parte de su personalidad y sobre ellos se articula el turismo, la educación o el ocio.

Sin embargo, el museo pasivo de mediados y finales del siglo XX, que abría sus puertas y esperaba pacientemente la llegada de visitantes, se ha transformado y convertido en un museo activo, que diseña estrategias para captar visitantes y fidelizarlos –asociaciones de amigos del museo, tarjetas anuales, tarjetas para visitar varios museos, etc.- y que tiene una oferta que supera la exclusiva exposición de la obra arte. Una oferta educativa o de ocio, como talleres, conferencias, visitas guiadas, en grupo, conciertos, etc., muy ligada a la naturaleza originaria y tradicional del museo, pero en los últimos años una oferta más comercial, donde el marketing (palabra casi maldita en este sector) y las relaciones públicas han ganado terreno: venta de entradas por internet, tiendas en los museos (donde se pueden comprar infinidad y diversidad de objetivos con todo tipo de reproducciones), y lo más novedoso, el alquiler de espacios para eventos.

Estos museos son espacios abiertos. “Hoy en día, el museo no es algo estático, sino un mecanismo de interacción. En él se reflexiona sobre ideas, sobre símbolos, sobre diálogos entre distintas corrientes, y esta tarea se realiza no de una forma aislada, sino de modo participativo y abierto. Los museos deben de ser centros motor, centros tractores y dinamizadores del conocimiento. Todo arte tiene una finalidad pública” (López Remiro, M., 2011:2).

1.1. Nuevos públicos, nuevas relaciones

El cambio vivido por los museos en los últimos años, sea, posiblemente, consecuencia del cambio social representado en los ciudadanos, y que el propio Ministerio de Cultura recoge acertadamente en su idea de museo: “A partir de esta definición se crea un nuevo concepto de museo volcado hacia el público, que aumenta sus funciones

socioculturales, en el que se incorporan nuevos modelos profesionales y se trabaja en equipos multidisciplinares” (www.mcu.es). Un nuevo concepto de museo, donde la obra artística cobra todo su sentido en la experiencia museística, es un museo volcado hacia el público. Este concepto, el de público, es muy amplio y puede abordarse desde casi todas las Ciencias Sociales, pero en ningún caso puede obviarse su papel fundamental en las instituciones como así lo manifiesta Black: “bajo las circunstancias modernas, ningún gobierno, ninguna industria, empresa ni organización puede operar con éxito sin la cooperación de sus públicos” (1991: 33-4). Incluidos los museos.

El museo se ha convertido en un ciudadano más con un papel determinante, no sólo en la difusión del arte o la ciencia, sino en la vida cultural y en el ocio de la ciudad o la población donde está ubicado. El museo forma parte de la vida de los ciudadanos a través de su colección, pero sobre todo a través de las actividades que realiza, más o menos didácticas y con fines formativos. Tanto es así, que en las páginas web de numerosos museos encontramos en la Home una sección denominada Agenda, con un calendario de actividades. Los museos se adaptan tanto a sus públicos, que preparan actividades para niños específicas en épocas de vacaciones escolares como Navidad y verano. Al museo en Familia: El Prado en Familia, etc. Son algunas de las denominaciones dirigidas a este público. No sólo se trata de talleres, sino de adaptarse a las necesidades y demandas de los visitantes.

Tanto es así, que “La Noche de los Museos” y el “Día de los Museos” (15 y 18 de mayo) se han convertido en hitos fundamentales en las actividades de estas instituciones, que, aprovechando estas fechas, realizan una serie de programas pensados para todas las edades. La Navidad, el verano, la estaciones y las fiestas religiosas también son tenidas en cuenta por los museos para acercarse más al público, como el Prado, que del 15 de diciembre al 2 de enero, y con motivo de la Navidad, el Museo ofrece la oportunidad de realizar un recorrido guiado, fuera del horario general de apertura, por la exposición temporal. Todas las edades tienen cabida en el museo, para las personas mayores, no sólo se crean actividades didácticas adecuadas a su perfil, sino que, los mayores toman un papel activo en la institución. El Museo de América cuenta con un servicio de Voluntarios Culturales Mayores, que se encargan de enseñar, las Salas de Exposición Permanente a grupos de escolares, jóvenes estudiantes y personas mayores.

Y es que los museos empiezan a clasificar a sus visitantes como si de consumidores se tratara, en el sentido de segmentación, de adaptación de la oferta a las características de pequeños grupos de visitantes, divididos en función de distintas variables: sexo, edad, variables geográficas, así como gustos, intereses, aficiones, etc. El museo, como dice el profesor Fernando Martín, empieza a semejarse a una empresa, en cuanto a la gestión de su comunicación y relaciones públicas. “ (...) Esto ha contribuido, entre otras cosas, a que la concepción del Museo haya sufrido un profundo cambio, al pasar de institución fundamentalmente de recepción y conservación, siguiendo pautas decimonónicas, a ser una entidad dinámica capaz de generar cultura. Esto plantea al museo un sistema de funcionamiento análogo al de una empresa, y como tal sus miras deben aspirar a ser cada vez mejores y competitivas” (Martín, F. 1994:264).

Hay otro tipo de público, el turista, nacional o extranjero, que incluye en su paso por la ciudad la visita al museo en su agenda, y que incluso compra las entradas por internet. En este caso, el museo, es un referente obligatorio, y por lo tanto un reclamo turístico que las ciudades están aprovechando. Últimamente es habitual ver en los reclamos turísticos promociones en museos. Sin duda, los museos son parte esencial de lo que se viene en llamar el citybranding.

El turismo cultural es otro de los motivos que han generado variaciones en el público de los museos. Si bien, siempre han recibido turistas, en la actualidad, el museo es en sí mismo un reclamo para el turismo, más que un complemento al viaje turístico. Así, pueden verse ofertas de viajes donde el protagonista es la exposición. “Los museos son un componente clave de cualquier área turística. El turismo cultural es hoy en día, el sector más dinámico de esta vital industria (de hecho, la primera industria mundial) incluso en países cuyo atractivo turístico se ha basado tradicionalmente en el tópico de sol y playas” (Lord, Drexter y Fullola, 1998:189).

En conclusión, distintas variables de toda índole han llevado a los museos una serie de cambios, muy recientes, que afectan directamente a su día a día, pero desde una concepción estratégica y de filosofía corporativa.

1.2. Qué esperamos de un museo

Sin duda, hoy no nos conformamos con visitar un museo y la simple contemplación de la obra de arte, queremos más, un lugar de diálogo y conversación. Neil y Philip Kotler (2001:63) distinguen seis tipos de experiencias en la visita a un museo: entretenimiento, sociabilidad, experiencia de aprendizaje, experiencia estética, experiencia conmemorativa y experiencia de deleite. Sin embargo, se produce en muchas ocasiones un enfrentamiento entre los profesionales de los museos y las demandas de la sociedad que pueden verse como una injerencia en su trabajo.

Los esfuerzos de los museos por proteger su misión y su independencia han topado en los últimos años con presiones crecientes para que adopten una mayor orientación al público y a los visitantes, tengan más en cuenta los intereses y necesidades de la audiencia y respondan a las demandas del mercado en general” (Kotler, N., Kotler, P., 2001:64).

Uno de los objetivos de esta investigación, es mostrar cómo estas iniciativas que se recogen además de creativas e innovadoras, sugerentes para el público, son totalmente coherentes con la misión de la institución museística.

Y es que el museo ha pasado de Museo-Institución a Museo-Organización (Ruyra, M., 2002:100), y esto es ya una realidad recogida por muchos profesionales, y que se refiere a lo que un museo es y cómo es percibido.

*Tabla 1. Del Museo-Institución al Museo-Organización
Fuente: Margarita Ruyra de Andrade (2002:101)*

Museo-Institución	Museo-Organización
Históricamente inevitable	Los museos nacen de la esperanza de un grupo de personas de conseguir un objetivo
Permanente	No necesariamente permanente
Institución opaca	Organización transparente
Ostenta una inmensa autoridad	Ofrece oportunidades de diálogo, sirve de estímulo
Majestuoso, solemne, remoto	Accesible, modesto y vital
Mero instinto de supervivencia	Impulsado por el deseo de conseguir
Fin: conservar y exhibir sus colecciones	Mejorar la calidad de vida de los ciudadanos
Demanda apoyo público por aquello que hace	Demanda apoyo público por lo que es

En esta realidad, el museo adquiere una dimensión creativa que hasta ahora tenía limitada por sus circunstancias tanto gerenciales como por la demanda social. Por eso viven ahora los museos un periodo tan interesante, de cambio y adaptación, hasta ahora no visto.

2. Cuatro experiencias creativas en el museo

Como se indicaba en los primeros capítulos de esta investigación, la creatividad y la innovación en las actividades del museo, era la característica determinante en la elección de los ejemplos a analizar. La oferta museística en España es numerosa y de incuestionable calidad, y cualquiera de sus ciudades goza de un importante número de museos y centros de arte. Madrid, como capital, es una de las más beneficiadas en esta oferta, y la selección de actividades para este estudio no se planteaba como una cuestión fácil. Fue a través de los medios de comunicación y las páginas web de los museos, como se tuvo acceso a esta amplia oferta.

Tras su estudio y breve análisis, se seleccionaron los museos y centros que anteriormente se especificaban, y que a continuación se van a analizar en profundidad. Se trata de una pequeña muestra no representativa por su número, pero que sí permite observar tendencias en la gestión de los museos, en un trabajo exploratorio sobre innovación en museos, y que por su peculiaridad y calidad, es cualitativamente representativa.

2.1. CaixaForum. Incorporarse con éxito al Paseo del Arte

“Desde que abriera sus puertas el 14 de febrero de 2008, la irrupción de CaixaForum ha complementado, en cierto modo, a la oferta cultural y social no sólo de Madrid, sino también de toda España, implantando un nuevo concepto de centro social y cultural, ofreciendo un programa global e innovador que potencia el valor integrador de la cultura y su importancia para la comunicación y el bienestar de las personas. De hecho, se trata de una fórmula que encuentra su continuidad en los proyectos de CaixaForum Zaragoza y CaixaForum Sevilla.” Con estas palabras ilustra D. Juan A. García-Fermosel, del Área Comunicación Obra Social / Fundación “la Caixa”, la realidad de CaixaForum y su papel en la ciudad de Madrid.

Caixaforum es el centro cultural y social de la Obra Social “la Caixa” en Madrid, “constituye una plataforma de divulgación coherente con las inquietudes y necesidades culturales y sociales para todos los públicos” (<http://obrasocial.lacaixa.es>). Este centro abrió sus puerta en febrero del 2008, en pleno centro de Madrid. CaixaForum-Madrid permite ampliar la oferta de la Fundación “la Caixa” en Madrid, ya que ofrece una programación complementaria y multidisciplinar en los ámbitos social y cultural abierta a todos los públicos, donde conviven el arte contemporáneo, las exposiciones temporales, la música, las humanidades y los programas sociales y educativos.

“Desde su concepción hasta su posicionamiento actual en el panorama cultural actual, el Centro Social y Cultural de la Obra Social “la Caixa” en Madrid nace como una plataforma de divulgación coherente con las inquietudes y necesidades sociales actuales: un centro vivo que abrió sus puertas en el paseo del Prado para ponerse al servicio de todos los públicos. Se trata de un concepto integral de centro socio cultural que complementa la oferta programática del resto de museos y centros culturales con exposiciones de arte antiguo, moderno y contemporáneo, festivales de música y de poesía, arte multimedia, debates de actualidad, jornadas sociales, talleres educativos y familiares..., etc. Desde su inauguración en febrero de 2008, familias con niños, estudiantes, personas mayores y grupos escolares, entre otros, han descubierto en CaixaForum Madrid un nuevo punto de encuentro” (García-Fermosel, 2011).

El hecho de estar en el Paseo del Arte, es un reto para un centro como éste, que ofrece a la ciudad de Madrid y sus visitantes y ciudadanos un lugar único. “El emplazamiento de CaixaForum en pleno Paseo del Prado, compartiendo espacio con Museos de referencia en el panorama nacional e internacional, como El Prado, el Museo Thyssen y el Reina Sofía, y enclavado en pleno barrio de las letras con numerosas galerías y pequeños centros de arte, hace que las exigencias programáticas de la Fundación “la Caixa” en cuanto a calidad y cantidad sean de primerísimo nivel. Obviamente no podemos competir de tú a tú con estos grandes museos y optamos por diseñar un amplio programa de exposiciones y actividades propias o en colaboración con los principales museos y centros internacionales -Museo del Prado, Museo del Louvre, MACBA-que complementan la oferta artística y cultural en la ciudad” (García-Fermosel, 2011).

Un rasgo diferencial del CaixaForum, es su naturaleza, ya que es fruto de la Fundación La Caixa, y cumple un objetivo: “Pero además, como centro de la Obra Social “la Caixa” en Madrid, y en respuesta a los principios fundacionales de la caja, buena parte de esta programación se diseña con el compromiso de devolver a los ciudadanos y a la sociedad en general parte de sus beneficios en forma de exposiciones y actividades para todos los públicos, ya sean clientes o no de la entidad financiera” (García-Fermosel, 2011).

Su importancia en la vida de Madrid en la actualidad es tanto cuantitativa como cualitativa, ya que en número y variedad de visitantes lo atestiguan:” más de un millón de visitantes que cada año pasan por sus salas y actividades desde que abriera sus puertas hasta estos días. Unos visitantes cuyo perfil es bastante diverso: desde un público general -familias con niños, estudiantes, personas mayores y grupos de escolares que vienen a contemplar el centro-, a un público más especializado que asiste a los diferentes exposiciones y ciclos de humanidades que tenemos en este momento: economía, historia, literatura o música” (García-Fermosel, 2011).

CaixaForum cuenta con dos características que aportan al visitante un plus en su disfrute de la ciudad donde se ubica, por un lado, la apertura amplia del Centro, por otro, la rehabilitación del edificio, ambos hacen una ciudad más viva. Por un lado, el carácter de centro abierto y gratuito para todos los públicos de CaixaForum durante todos los días del año, que contribuye notablemente a recibir visitas incluso los días en los que los grandes museos están cerrados para disfrutar de exposiciones y actividades de primer nivel. (...) Pero además, el edificio en sí, como contenedor cultural, tras la rehabilitación de la antigua central eléctrica del Mediodía por los arquitectos Herzog & de Meuron, es todo un reclamo cultural para el visitante. CaixaForum Madrid es por sí mismo una obra de arte, es un edificio convertido también en escultura. Donde antes había una gasolinera y una vieja central eléctrica, encajonada y olvidada, cuyos ladrillos se desprendían día tras día, ahora emerge, flamante, un nuevo centro sociocultural donde el ayer y el hoy se estrechan la mano. Son miles de ciudadanos que se detienen en la plaza pública” (García-Fermosel, 2011). La experiencia no se produce sólo dentro de las salas, sino que el simple paseo por la ciudad permite disfrutar del arte y la cultura. Está en la calle. Y es que los museos han dado un paso de gigante en su papel social, más allá del disfrute. “Los museos y centros culturales constituyen hoy en día un elemento vertebrador de cohesión social en tanto en cuanto juegan un papel fundamental en el acceso a la cultura y su divulgación de una forma amplia y diversa”. Lugares como CaixaForum vienen a corroborar el cambio acaecido en los museos. “Si comparamos sus objetivos, programación y perfil de visitantes con hace veinte años, entendemos perfectamente cómo ha evolucionado su papel y funciones. Se podría decir que los museos han pasado de ser un centro de disfrute del arte dirigido a un público selecto y minoritario, donde la única actividad pasaba por ser la mera observación de las obras de arte en sala, a dirigirse a un público general o grupos de escolares, con un extenso abanico de actividades complementarias, que buscan la interacción y participación del visitante,

permitiéndole un mayor y profundo conocimiento de las tendencias artísticas, los autores y sus obras”, palabras que vienen a corroborar el planteamiento teórico de los primeros capítulos.

“En este sentido, la Fundación “la Caixa”, siempre a la vanguardia de las nuevas tendencias en el diseño de la programación de exposiciones y en la divulgación del arte, entendió el nuevo concepto museístico -cultural que plasmó con la puesta en marcha de su primer CaixaForum en el año 1993 en Palma de Mallorca. Un modelo que funciona y que ha exportado posteriormente a Barcelona, Madrid, Tarragona, Lleida, Girona, Zaragoza y Sevilla, estos dos últimos aún en proyecto”. CaixaForum apuesta por un centro en cada ciudad, que de respuesta a la demanda de cada una de ellas. CaixaForum es el resultado del cambio social, un reflejo de la sociedad, las empresas, y las ciudades, ciudades activas y participativas que viven en las calles la cultura.

2.2. Madrid acoge al MNAC en el Paseo de Recoletos

Casi de todo se podía haber visto en las calles de una gran capital como Madrid, pero nunca una imagen un Pantocrátor del románico catalán. Bajo el nombre de la iniciativa “Madrid acoge al MNAC. Galería Urbana MNAC-Recoletos”, una selección de 33 obras del MNAC, reproducidas digitalmente son expuestas como una galería al aire libre en el Paseo de Recoletos durante los meses de mayo, junio y julio de 2011. “El MNAC comprende todas las artes (escultura, pintura, artes del objeto, dibujos, grabados, carteles, colección de fotografía y colección de numismática) y tiene la misión de explicar un discurso global del arte catalán, desde el románico hasta mediados del siglo XX” (<http://www.mnac.cat>).

Los objetivos de esta iniciativa “Madrid acoge al MNAC” se dividen entre los que se denominan estratégicos y los específicos para la ciudad de Madrid (Pueyo Sala-Bellsolell, Elisabet, responsable de Marketing del MNAC):

Objetivos estratégicos:

- Acercar el Museo y sus colecciones permanentes a los ciudadanos
- Potenciar la imagen del Museo gracias a la originalidad de la acción
- Captar público local y generar notoriedad internacional
- Innovar en las acciones de comunicación habituales llevando a cabo acuerdos y proyectos con otras entidades y colaboradores que lo hacen posible

Como objetivos específicos, hacerlo en Madrid supone:

- Ganar presencia y notoriedad en el ámbito estatal
- Sumar a la exposición El Esplendor del Románico celebrada en la sede de la Fundación Mapfre sita en Recoletos y fruto del convenio con el MNAC

Se trata de una exposición concebida “Como si de una exposición al aire libre se tratase. Desde la Plaza Colón a la calle Almirante, un pórtico de entrada y uno de salida “cobijan” las 26 estructuras modulares cubiertas de lona blanca. Estas estructuras hacen de soporte a las 33 reproducciones digitales que se colocan como cuadros colgados en las “paredes” de estas estructuras”.

Esta iniciativa cuenta con un partner como HP, encargada de la impresión de las obras. Anteriormente se había realizado una actividad similar en Londres y Bath, con gran éxito. Sin estas colaboraciones y acciones de patrocini-

nio, sería imposible desarrollar la mayoría de las actividades que se desarrollan en los museos, pues requieren de una financiación y unos recursos, que sólo la empresa privada en ocasiones puede facilitar.

La aportación de esta iniciativa “Madrid acoge al MNAC” se dirige en ambos sentidos, según su responsable Elisabet Pueyo Sala-Bellsolell, para la gente es cercanía, ya que lo perciben como que los responsables del museo se preocupan por mí dentro de la función de servicio que tiene un Museo público. Para el Museo: abrir nuevas formas de trabajo, nuevos tipos de colaboradores y esfuerzo de transmitir de una forma mas popular el arte desde el románico al S.XX.

Qué aporta esta exposición, y por qué se puede considerar innovadora:

- El museo cotidiano. “No sé si transgresor (ante la pregunta de si esta iniciativa es transgresora), al menos romper tabúes de cómo el arte y especialmente no contemporáneo puede acercarse a la gente en su día a día y formar parte de su cotidianeidad” (Pueyo Sala-Bellsolell, E., 2011).
- El perfil acogedor de Madrid. Madrid actúa como anfitrión y aloja en sus calles un Museo.
- El carácter institucional. La exposición es inaugurada como una exposición tradicional en un museo cerrado. Acude el alcalde de Madrid a la inauguración con la acogida mediática que supone.
- La accesibilidad y cercanía. No hace falta entrar en un edificio, pasar un control o desplazarse. Los cuadros salen a buscar al visitante, en vez de ir el visitante buscando la obra. Por lo tanto ...
- El cambio de roles: la obra (como representante del museo) busca al espectador.
- El patrocinio de la acción, sin el que no sería posible –o más difícil- llevarlo a cabo, ya que se reconoce, al mismo tiempo, que el patrocinio es una herramienta que tiene una utilidad publicitaria directa e indirecta, y por lo tanto está dentro del marketing-mix de la organización, de la misma manera que lo afirman otros expertos como García Nieto¹⁶ (1994).

2.3. Conversaciones en el Museo Lázaro Galdiano

¿Por qué una pintura de Miquel Barceló luce esplendorosa junto a pinturas del siglo XVI? Porque el Museo Lázaro Galdiano ha decidido que clásico y contemporáneo tienen mucho que ofrecer y no tienen porqué estar separados en salas siguiendo criterios cronológicos.

El Lázaro Galdiano –situado en pleno centro de Madrid- es un museo que alberga una de las colecciones privadas de arte más importantes de España. Mucho más modesto que el Prado, pero calificado como la cuarta pinacoteca de España. Su colección recoge la variedad y riqueza de las obras de arte que reuniera el financiero, José Lázaro Galdiano (1862-1947). Sus fondos incluyen una excelente pinacoteca en la que sobresale la representación de pintura española, escultura y artes decorativas. En su interior, destacan la Cámara del Tesoro con centenares de piezas desde el siglo IV a.C. hasta el siglo XX; el Gabinete Goya, el Gabinete de Miniaturas, las obras de El Greco, Sánchez Coello, Zurbarán, Velázquez, Murillo, Madrazo, El Bosco, Cranach, Teniers, Reynolds y otros importantes autores de las principales escuelas europeas.

Como todo museo, acoge habitualmente exposiciones temporales, que complementan la riqueza ya existente para disfrute de los visitantes habituales o esporádicos. Esta primera llegó al museo la colección de Manuel Jove

Capellán, formada por obras de autores pertenecientes a la época que va desde finales del XIX hasta la actualidad. Picasso, Miró, Léger, Fortuny, Darío Regoyos, Maruja Mallo, Kandinsky, Nonell, Chillida, Francisco Leiro, Cristina Iglesias, etc.

General y tradicionalmente, las exposiciones temporales son expuestas en salas independientes, de manera separada de las permanentes, con una división espacial muy marcada. Este tipo de exposición permite disfrutar de estas dos colecciones de forma separada, y desde luego, no se va a cuestionar aquí las ventajas que esto supone, y que siglos y miles de museos avalan. Sin embargo, el Lázaro Galdiano ha optado esta vez por situar las piezas en “conversación”, clásico junto a contemporáneo. “Por ello la visita supone en cierto modo un juego divertido, ir descubriendo las pinturas y esculturas, literalmente, descubrir dónde se encuentran, mezcladas con las habituales del museo, pero también intentar comprender de qué están hablando entre ellas, qué temas comparten, ¿por qué están ahí?” (Gómez, M., 2011).

“Desde la Fundación María José Jove quisimos plantear una muestra donde las obras de arte, de épocas muy distintas, dialogaran entre sí para provocar en el espectador una reacción reflexiva sobre la historia y las distintas maneras en que los artistas han resuelto la representación, tanto emocional como físicamente. Se trataba de plantear un diálogo artístico múltiple que contemplara los diferentes aspectos de la creación artística en las diferentes épocas” (García-Fajardo, M., 2011).

A continuación se relacionan las principales aportaciones de esta iniciativa:

- La participación del público. La necesidad de que el público intervenga de forma activa en el disfrute de la exposición, al tener que “encontrar” las obras contemporáneas sobre las clásicas. Este tipo de iniciativas hacen más atractiva la visita y el conocimiento y aprendizaje por parte del público visitante? Naturalmente. “¿Que hace esto ahí? Arte contemporáneo de la fundación María José Jove en el Museo Lázaro Galdiano” no buscaba un planteamiento narrativo sino un cúmulo de experiencias plásticas, visuales e intelectuales para el espectador. Contemplar juntos a Picasso y a Zurbarán puede ser una experiencia visual pero también una invitación a reflexionar acerca de la estética en sí misma, la historia del arte y todo lo que ha pasado en esos siglos que median entre las obras”.
- Consecuentemente, cada visita es única y personal para cada visitante.
- El propio nombre de la exposición “¿Qué hace esto aquí?” es ya una ruptura con la denominación de las exposiciones, que suelen limitarse al nombre del artista, la colección o el tema (bodegones, retratos, periodos, etc.). Se trata de una pregunta retórica que recoge perfectamente lo que se plantea el visitante en la exposición. Crea interés, expectación, y sobre todo, una diferenciación respecto a la oferta de otros museos.

2.4. El Prado. El museo del siglo XXI

El disfrute de la presencia física de un cuadro, dentro del museo, es una experiencia difícilmente superable, en un primer momento, por ninguna reproducción digital ni virtual, pero tras observar a 14.000 millones de píxeles el detalle de las lágrimas en *El Descendimiento* (Roger Van Der Wey-den), las emociones ante la obra de arte se multiplican y se enriquecen de forma complementaria.

El Museo del Prado ha hecho un esfuerzo titánico para convertir al primer museo español en un museo acorde

con una ciudad como Madrid, una ciudad abierta y participativa. En el año 2006, sorprendentemente, el Museo del Prado tenía una de las páginas web más pobres del panorama museístico español (Viñarás, M., 2010). En un estudio con una muestra de 35 museos españoles, se estableció un ranking sobre la utilización de las tecnologías web 2.0 por los museos. En el año 2008 el Prado aparecía en el puesto número 13, aprovechando un 50% estas tecnologías, en el año 2006, este porcentaje era de un 29% y el Prado ocupaba el puesto 18. Si hoy se repitiera este estudio, casi con seguridad el Prado se situaría en primer lugar.

Entre todas las innovaciones que ha realizado el Museo para aprovechar las nuevas tecnologías, destacamos dos de ellas, que permiten al visitante del museo una experiencia con las obras artísticas que vienen a enriquecer la propia visita presencial al museo.

Por una parte, el Prado incorpora a su web corporativa los últimos recursos 2.0 y todo el potencial de las redes sociales. El vídeo ofrece grandísimas posibilidades para la difusión de la cultura de forma digital. El Museo del Prado, cuenta con Pradomedia, un nuevo canal en su web dedicado en exclusiva a recopilar y dar acceso directo a todos los contenidos multimedia de la web: videos, audioguías, infografías, juegos..., Los vídeos que se pueden visionar recogen desde un recorrido por la exposición, entrevistas a los comisarios, presentación de una Cátedra, o cómo un grupo de niños de un colegio visita el museo. Es decir, desde el vídeo propiamente divulgador de cultura, cuyo objetivo es acercarnos y permitirnos disfrutar de los cuadros y obras expuestos, hasta el vídeo corporativo que recoge acontecimientos del Museo de interés general.

Una de las últimas y más interesantes aportaciones del museo es su canal de videos en YouTube. Una de las entradas decía esto: “Qué genial poder tener cultura tan a mano ya sea que te puedas desplazar o no al Museo, esto es maravilloso porque así estudias más detenidamente y te preparas para las exposiciones”. Es decir, para muchos es la única manera de disfrutar del museo, pero para otros enriquece la propia visita.

En segundo lugar, se destaca la digilitación que ha realizado el museo de algunas de sus obras y que pueden disfrutarse a través de Google Earth. “La propuesta de Google Earth demuestra las posibilidades que ofrecen Internet y las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para una difusión del museo, más adaptada a las nuevas circunstancias contextuales y a las exigencias de un visitante más curioso, más activo y más exigente”(Llorente, C., García M. L. y Rodríguez, F. (2010:2-97).

Si bien el museo virtual, ya sea a través de la web del propio museo, su presencia en las redes sociales, o a través de Google Earth, ofrece posibilidades que rompen límites temporales y espaciales, en ningún caso se considera un sustituto del museo real, pero sí una complemento en cualquier caso a la visita presencial.

Conclusiones

Tras el análisis de estas acciones llevadas a cabo por CaixaForum, MNAC, Museo Lázaro Galdiano- Fundación María José Jove, y Museo del Prado, se retoman los objetivos de investigación que se planteaban al inicio de la misma. El objetivo principal de este estudio era identificar y analizar las acciones más novedosas e innovadoras de los museos dirigidas a los visitantes y ciudadanos, que constituyen los rasgos de la personalidad de la ciudad donde se ubican y de su oferta, haciéndolas más atractivas y creativas. Este objetivo se concretaba en dos objetivos secundarios, las características diferenciales que tienen estas acciones, tanto por las técnicas utilizadas como su realización, así como su aportación al museo en concreto, frente a otras acciones, y a la ciudad en general,

respecto a otros museos y la oferta cultural.

Las conclusiones que se extraen tras el análisis se refieren a las innovaciones en los museos y que afectan directamente a la ciudad, en este caso, Madrid:

- El museo sale a la calle: nuevos espacios para el arte, el uso de nuevos espacios fuera de las salas de los museos, la propia calle se convierte en una exposición. La ciudad vive en la calle el arte de los museos, ya sean propios o de fuera de la ciudad. Madrid y el MNAC han demostrado cómo se puede llegar al ciudadano, dialogando en espacios abiertos, y ofreciendo un plus en la ciudad.
- Nuevas técnicas museográficas. Nuevas formas de plantear las exposiciones, como en el Museo Lázaro Galdiano, alejadas de la cronología habitual en los museos. Constituye una alternativa, diferente en la oferta cultural de la ciudad.
- Una ciudad sin límites, con capacidad para acoger nuevos espacios que se suman a la alta calidad existente. CaixaForum ha demostrado cómo se puede mejorar, lo que ya era casi inmejorable, el Paseo del Arte.
- La incorporación de las nuevas tecnologías para mejorar y disfrutar más la propia visita al museo. El Prado, a través de las tecnologías web 2.0 en su web y redes sociales, así como la digitalización de algunas de sus obras, no sólo ofrece grandes posibilidades para los amantes del arte que no pueden visitar el museo, sino para mejorar y optimizar la propia visita presencial al mismo, lo que repercute en la calidad de la oferta de la ciudad de Madrid.

Estas, en apariencia, pequeñas iniciativas, son pasos de gigante para unas instituciones con más de veinte siglos de historia, que no ha sido hasta hace veinte años, que han cambiado su manera de relacionarse con la sociedad, principalmente, a través de la ciudad donde se ubican. Un museo activo, participativo y dialogante, construye una ciudad participativa, abierta y creativa.

Referencias

- Black, S. (1991). El ABC de las relaciones públicas. Gestión 2000. Barcelona.
- García Fajardo, M. (2011). Fundación María José Jove.
- García-Fermosel, J.C. (2011). CaixaForum.
- García Nieto, T. (1994). Una aproximación al mecenazgo como acción de relaciones públicas. Revista Universitaria de Publicidad y RRPP. Núm. 1. 2a época.
- Gómez, M. (2011). Recuperado (03/09/2011) <http://artedemadrid.wordpress.com/2011/04/24/conversaciones-en-el-museo-lazaro-galdiano/>
- Kotler, N.Y Kotler, P. (2001). Estrategias y marketing de museos. Editorial Ariel. Barcelona.
- Llorente, C., García M. L.Y Rodríguez, F. (2010) La digitalización del Museo del Prado: Una sede web convertida en una peculiar galería de arte. Revista Ico-no14 [en línea] 1 de Julio de 2010, N° Año 8, Vol. 2. pp. 71-101. (Recuperado 27/07/2011), de <http://www.icono14.net>
- López Remiro, M. (2011). Museos del siglo XXI. En Perspectivas del mundo de la comunicación. Número 2. Universidad de Navarra. Pamplona.
- Lord, B., Drexter, G., Fullola, P. (1998). Manual de Gestión de Museos. Editorial Ariel.

- Martín, F. (1994). Reflexiones en torno al museo en la actualidad. Recuperado (01/09/2011), de dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=1343103&orden=0.
- Pueyo Sala-Bellsollell, E. (2011). Museo Nacional de Arte de Catalunya.
- Ruyra, M. (2002). Del Museo-Institución al Museo-Organización. En P. Boylan "Dir." Quince miradas sobre museos (99-113). Editum. Murcia.
- Ministerio de Cultura. Recuperado (27/08/2011). <http://www.mcu.es/museos/CE/MuseosEstatales/Introduccion.html>. Recuperado 26 de diciembre de 2010.
- Viñarás, M. (2010): "Acciones bidireccionales en la Red. Herramientas de la Web 2.0 en la gestión de la comunicación de las instituciones culturales". En TELOS, núm. 82, enero. Ed. Fundación Telefónica.
- Viñarás, M., Herranz, J. M. y Cabezuelo, F., (2011). La comunicación corporativa de los museos en España a través de la comunicación 3.0: cuatro años de evolución comunicativa en la Red. En Actas III Congreso Internacional Comunicación 3.0. Universidad de Salamanca.

Webgrafía

- Museo Lázaro Galdiano. Recuperado (27/08/2011). <http://www.flg.es/museo/museo.htm>
- Fundación María José Jové. (Recuperado 10/09/2011). <http://www.fundacionmariajosejove.org/>
- CaixaForum. (Recuperado 01/09/2011). http://obrasocial.lacaixa.es/nuestroscentros/caixaforummadrid/caixaforummadrid_es.html
- MNAC. (Recuperado 12/09/2011). <http://www.mnac.cat/index.jsp?lan=001>
- Museo del Prado. (Recuperado 15/09/2011). <http://www.museodelprado.es/>

EL LITORAL MARÍTIMO DE GIJÓN: ESPACIO PÚBLICO, FORMA Y MATERIA

Ana Johari Mejía Robledo

doctoranda

Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Oviedo, Campus del Milán, Teniente Alfonso Martínez s/n (España) CP 33011

Email: johana101@hotmail.com

Resumen

El proceso de transformación y modernización urbana que se está operando en Gijón desde hace unos años supone, entre otros aspectos, la remodelación y nuevos planteamientos de los espacios públicos, en los que se hacen presentes diversas manifestaciones del arte de nuestro siglo.

Es particularmente en el litoral marítimo gijonés donde se ha logrado potenciar dichos espacios ajardinados, aptos para la convivencia, donde los escultores han prestado su colaboración para dar una nueva imagen al espacio urbano a través de piezas de escala monumental, realizadas en materiales diversos como el hormigón, el acero, el hierro, el aluminio o el mármol.

Esculturas como el Elogio del Horizonte, realizada en 1990 por Chillida y ubicada en el Cerro de Santa

Catalina, se han convertido en símbolo de la ciudad, mirador de la costa gijonesa y punto de salida al gran viaje a la vista.

Continuando la ruta por el litoral marítimo Nordeste de Vaquero Turcios, vincula el acero cortén de la pieza, con la siderurgia, el mar Cantábrico y la ciudad de Gijón. En pleno Paseo del Muro Sombras de Luz de Fernando Alba, invitan al paseante a jugar con las sombras proyectadas que desaparecen según las estaciones del año y el recorrido de la luz. Finalmente, en el acantilado Canto a los días huídos, de Adolfo Manzano y Castillo de Salas, de Joaquín Rubio Camín, nos envuelven en un ambiente poético a través de la esencialidad de las formas y de los grandes contrastes cromáticos.

Palabras clave

Transformación, litoral, urbano, imagen, espacio, esculturas, ruta, formas.

Abstract

The process of urban transformation and modernization that has been taking place in Gijón during the last few years supposes, among other aspects, the remodeling and new approaches to public spaces, in which are present various manifestations of the art of our century.

It is particularly in the coastal area of Gijón, where it has been possible to improve landscaped spaces, suitable for coexisting, and where sculptors have cooperated in giving a new image to urban space through art examples on a monumental scale, made with various materials such as concrete, steel, iron, aluminum and marble.

Sculptures such as Praise of Horizon, by Chillida in 1990, located in the Cerro de Santa Catalina, has become a symbol of the city, viewpoint of the coast of Gijón and exit point to grand voyage of the sight.

Continuing the route through the coastline Northeastern, by Vaquero Turcios links the corten steel piece with the iron and steel industry, the Cantabrian Sea and the city of Gijón. In Paseo del Muro Shadow Light,

by Fernando Alba invite the passerby to play with the shadows that disappear according to the seasons and the path of the light.

Finally, on the rugged Singing to the days that have fled, by Adolfo Manzano and Castle of Salas, by Joaquín Rubio Camín, envelop us in a poetic environment the essence of the forms and the great contrast of colors.

Key words

Transformation, coastal, urban, image, space, sculptures, route, forms.

Introducción

Al hacer referencia a los contenidos de este trabajo, quiero señalar algunos aspectos para entender el propósito y el desarrollo de los temas que en él se abordan, lo que me permitirá comprender, o al menos tolerar, muchas de sus limitaciones, lo mismo que las arbitrariedades manifiestas en su concepción y elaboración. En primer término es necesario señalar que el texto que aquí se presenta constituyó un esfuerzo por exponer, bajo la forma de artículo científico, cuáles han sido las principales intervenciones artísticas llevadas a cabo en la línea costera de Gijón, su aspecto visual, su concepción espacial, y cómo han transformado la fisionomía de la ciudad.

El punto de partida de este texto lo originó mi interés por el estudio de la obra tridimensional del escultor gijonés Joaquín Rubio Camín (1929•2009), artista que contribuyó activamente en dotar a la ciudad de Gijón de una nueva imagen, regenerando, a veces con mayor acierto que en otras, la estética y la imagen visual del tejido urbano. A partir de esta investigación que se está llevando a cabo, y como parte de la contextualización de su trabajo dentro de la escultura pública española contemporánea, este trabajo ha ampliado horizontes, llegando a la propuesta que se presenta a través de este texto.

Una primera acotación y señalamiento sobre la concepción de este artículo es el recorte historicista y estético que pretende realizar. No pretende la originalidad ni la exhaustividad; su propósito más bien se vincula con plantear una forma de abordaje y una lectura particular de la escultura pública urbana representativa de una ciudad en crecimiento. La intención por lo tanto, es recrear un mapa visual de las esculturas localizadas en los puntos más emblemáticos de la costa gijonesa, analizando con cierto detenimiento su emplazamiento, la relación con el entorno y el papel renovador de este mobiliario artístico dentro de la ciudad.

Quiero dejar establecido que en lo concerniente a los distintos autores seleccionados que han contribuido a ampliar los horizontes de este trabajo, muchos de estos autores no agotan lo concerniente al tema y se rescatan, sobre todo, las propuestas más importantes sobre la escultura ubicada en espacios públicos. No se pretende cubrir la evolución de cada escultura, así como tampoco el estudio exhaustivo actual del tema, sino más bien considero

oportuno hacer una sistematización de todas aquellas obras puntuales que han contribuido a regenerar el espacio urbano costero de dicha ciudad cantábrica.

Por otra parte, quiero hacer alusión general al contenido del texto. El orden temático de cada apartado corresponde a una especie de ruta imaginaria que he trazado y que podría hacer cualquier ciudadano que decidiera acercarse a conocer la franja costera de Gijón. Este recorrido, por lo tanto, podría ser una guía turística y cultural de la ciudad realizada desde el enfoque monumental y artístico. Parte de este recorrido coincide con la Senda litoral del Cervigón, una ruta realizado diariamente por cientos de senderistas deseosos de hacer ejercicio.

El recorrido tendría su origen el puerto de Gijón para subir al cerro de Santa Catalina y contemplar la escultura Nordeste de Joaquín Vaquero Turcios. A unos metros y en pleno acantilado se hablaría del emblema de la ciudad Elogio del Horizonte, de Eduardo Chillida, analizando la relación entre el arte y el espacio geográfico. Continuando con la ruta se cruzaría toda la playa de San Lorenzo, prestando atención en el diseño del alcantarillado realizado por Joaquín Rubio Camín para la Confederación Hidrográfica del Cantábrico. Al este de la playa, ya en plena Senda del litoral, se localiza la escultura Sombras de Luz, de Fernando Alba, chapas de acero cortén perforadas en círculos de diferentes tamaños y posición. En el parque del Rinconín destacan las piezas Solidaridad de Pepe Noja y Sin Título, de Herminio Álvarez. Finalmente en el acantilado una obra con cierto toque de lirismo como Canto a los días huídos, de Adolfo Manzano y Castillo de Salas de Rubio Camín, completarían el recorrido.

Objetivos

- El objetivo de este trabajo es la elaboración de una ruta monumental clara y definida en torno a la senda costera gijonesa y en análisis de las principales intervenciones artísticas llevadas a cabo en este ruta urbana.
- Extender y desarrollar los conocimientos en torno a la escultura pública de Gijón.
- Adquirir una visión sintética del crecimiento urbano de la mayor ciudad asturiana y su la expansión por los distintos espacios y funciones que lo conforman.

Metodología

- Recogida de documentación fotográfica, la documentación fotográfica, con luz normal, permite poner de manifiesto y documentar las obras objeto de estudio.
- Elaboración de mapa, donde quede reflejada y señalizada la ruta, así como las series de esculturas o los diseños más destacados de la senda costera.
- Estudio histórico•artístico, nos puede facilitar la identificación e interpretación de las diversas fases e intervenciones constructivas de las esculturas. Por otro lado, incluye el estudio de las características formales de la pieza (espaciales, cromáticas, lumínicas, compositivas) que integran la pieza. Para la investigación histórico•artística me he basado en la consulta de las fuentes documentales así como de la inspección y análisis in situ del área urbana y de las obras individuales seleccionadas.

1. Gijón: una transformación urbana

El mejoramiento de los espacios públicos en la ciudad de Gijón ha sido una de las necesidades más acuciantes en las últimas décadas del siglo XX, orientado a la consecución de nuevos planteamientos urbanos y a la creación de una nueva imagen de ciudad desde un punto de vista creativo. Parte de este nuevo cambio se debe a las propuestas artísticas que han logrado regenerar la ciudad, eliminar las fronteras visuales, establecer circuitos de ocio frente al mar, aptos para la convivencia y en los que los escultores han prestado la colaboración al arquitecto, ingeniero o urbanista.¹

El litoral marítimo gijonés ha se caracteriza por el diseño de planes estratégicos cuyo objeto se ha centrado en la remodelación de los espacios urbanos para reactivar la economía de la ciudad y afrontar los grandes cambios de la reconversión industrial. Dichos planes se han ligado a las actuaciones ejecutadas entre 1991•1999 y 2002•2012, con la aplicación de los respectivos Planes de Reforma Interior (PERI) que desarrollaban el Plan General de Ordenación Urbana (PGOU)². Esta actividad artística se financió con el presupuesto de la obra pública y fueron producto del encargo directo del Ayuntamiento a artistas de prestigio.

Aunque muchas de estas propuestas no corresponden exclusivamente al litoral marítimo, sino por el contrario se diseminan por todo la ciudad; es en el litoral marítimo donde se puede ejemplificar claramente una ruta monumental definida e interesante para conocer una ciudad abierta al mar.

1.1. El logotipo de Gijón

Desde el puerto deportivo, en plenos Jardines de la Reina, uno de los centros claves de la ciudad, empezaría el recorrido por las obras que permite al viandante hacer un circuito costero, continuo y paralelo al Mar Cantábrico. En este punto se localiza el reciente estandarte turístico y logotipo de la ciudad de Gijón (fig. 1). Frente a dicho puerto se he emplazado a principios del 2011 este mobiliario artístico, caracterizado por las letras rojas que dan nombre a la ciudad. La financiación del proyecto corrió a cargo de diferentes empresas vinculadas al metal, desvinculando al Ayuntamiento de ninguno de los gastos de financiación. En la construcción participaron empresas metalúrgicas de la talla de: Acelor•Mittal colaborando con la laminación de las piezas de acero, el corte de cada bloque fue realizado por Hierros Juan Manuel, la soldadura Imetal, el recubrimiento SEM y la instalación la empresa Igproi.³

1 Existe una bibliografía extensa sobre la regeneración de la ciudad de Gijón. Entre otros es recomendable la consulta de ÁLVARO RODRÍGUEZ, R. (1977). Gijón. Industrialización y crecimiento urbano. Salinas: Ayalga; BLANCO GONZÁLEZ, H. (2000). Gijón. La ciudad que nunca existió. Gijón: Gran enciclopedia asturiana; BLANCO GONZÁLEZ, H., GRANDA ÁLVAREZ, F.J. Y FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, M. (2006). La obra pública municipal de Gijón (1782•2006). Gijón: Ayuntamiento de Gijón; GARCÍA, E. Y PRESA DE LA VEGA, E. (2000). Esculturas nuevas en espacios nuevos. Una década de escultura en nuestros espacios públicos (1990•2000). Gijón: Ayuntamiento de Gijón; GARCÍA QUIRÓS, R.M. (2008). Un nuevo espacio para Gijón: la transformación del viejo puerto, Revista Liño 13, 105•122; GRANDA ÁLVAREZ, F.J. (2008). Natural de Gijón. Parques, jardines y espacios verdes municipales. Gijón: Ayuntamiento de Gijón; MORÁLES SARO, M.C. (2008). Marca Gijón, Revista Liño 13, 123•135.

2 ÁLVAREZ MARTÍNEZ, M.S. (2010). Un nuevo arte para Gijón: compromiso público y usurpación retórica. En MORÁLES SARO, M.C. (coord), El waterfront de Gijón (1985•2005): nuevos patrimonios en el espacio público (81). Oviedo: Eikasa.

3 J.C.G. (2011, marzo 18). Gijón con todas las letras. La Voz de Asturias, p. 22 4



Fig. 1. Nuevo logotipo de Gijón

Todas estas empresas ponen de manifiesto que Gijón es una ciudad vinculada al metal, pero además el emplazamiento nos recuerda que es una ciudad costera, confluyendo mar e industria del hierro.

La pieza, aunque vinculada con el mundo del diseño publicitario más que una pieza meramente artística, pretende ser una nueva seña identitaria, símbolo turístico de la ciudad y un espacio representativo de Gijón; compitiendo quizá con otra de las piezas símbolo y que hasta hace poco fungía como tal: Elogio del Horizonte.

No se sabe muy bien si las letras⁴ han desbancado a una obra de la envergadura de la anterior, esto queda ya en los gustos del público receptor. Y es que en efecto, la población de Gijón se ha caracterizado por vincularse continuamente con las propuestas artísticas de la ciudad, ya sea cambiando el nombre a la pieza y haciéndola “más suya”, o como en este caso, votando a través de las redes sociales por el adecuado emplazamiento de las obra. Es éste quizá una valor añadido a los proyectos, la fuerte vinculación de la población local en los diversos proyectos de regeneración de los espacios públicos.

1.2. En el Cerro de Santa Catalina

Continuando con la ruta y subiendo al Cerro de Santa Catalina, se levanta sobre un pedestal la obra titulada Nordeste, realizada por Joaquín Vaquero Turcios en 1994 (fig. 2). Hay en ella una marcada monumentalidad como consecuencia no sólo de su tamaño –mide 4 m aproximadamente*, sino también por el rotundo volumen del acero cortén, en cuyo planteamiento se advierte su formación como arquitecto, que subrayan a su vez la arquitectura de su masa, en la que se potencia una estela mural abstracta. La intensidad formal de esta obra está más señalada por la materia que por el espacio. Con esta obra y a través del lenguaje particular el escultor se expresa la fusión de la materia y del espacio, la vinculación de la ciudad de Gijón, el mar y la industria.

4 O “letronas”, como ha sido bautizada recientemente por los gijoneses.



Fig. 2. Nordeste de Vaquero Turcios

Mientras estas dos obras se encuentran enmarcadas dentro de los límites arquitectónicos del puerto, en el primer caso, o con cierta arquitectura circundante, en Nordeste; la cima del Cerro de Santa Catalina ya no es la misma desde que se instaló la escultura Elogio del Horizonte de Eduardo Chillida, abriendo un campo de posibilidades para la integración de diversas realizaciones plásticas en su entorno (fig. 3).



Fig. 3. Elogio del horizonte de Chillida

La belleza del lugar es en sí misma digna de admiración, y esto lo sabía muy bien el escultor vasco cuando construye un lugar•espacio, una lugar como parte de la obra y no por separado, sino como una integración conjunta de obra y lugar. La pieza realizada en hormigón •con 10 m de altura y un peso de 500 toneladas •, se integró perfectamente en un entorno reurbanizado, a modo de terrazas con muros de hormigón, muy parecido a la escultura⁵.

⁵ Dentro de la bibliografía existente, destacan: CHILLIDA, EDUARDO (2003). Elogio del Horizonte: conversaciones con Eduardo Chillida. Barcelona: Destino; HUICI, FERNANDO (1990). Elogio del Horizonte: una obra. Oviedo: Progreso Editorial ; GARCÍA, E.Y PRESA DE LA VEGA, E. (2000). Esculturas nuevas en espacios nuevos. Una década de escultura en nuestros espacios públicos (1990•2000). Gijón: Ayuntamiento de Gijón.

Tiene además una multitud de perspectivas y recorta la línea del horizonte. Con esta obra el Cerro de Santa Catalina da lugar a otro lugar, elimina el pasado militar de este enclave importante de la ciudad, y dota de un nuevo sentido convirtiéndolo en uno de los sitios más populares entre la gente de Gijón. Todo ello a pesar de las reticencias que en un primer momento manifestó la población gijonesa hacia este tipo de esculturas⁶.

1.3. El itinerario costero

Huyendo de la uniformidad de épocas pasadas, los nuevos espacios públicos se proyectan buscando la singularidad y la armonía con el espacio inmediato, prestando especial atención a la elección del mobiliario artístico o al diseño de piezas tan insignificantes, como el diseño del alcantarillado.

En efecto, es la colaboración del gijonés Rubio Camín con la Confederación Hidrográfica del Cantábrico la que embellece la tapa de las alcantarillas del paseo costero paralelo a la playa de San Lorenzo (fig. 4). El diseño de la tapa de hierro – 64 x 64 cm•destaca por el trazado esquemático de un remolino de agua que baja por un conducto más pequeño. El artista embellece una tapa en un recinto peatonal con este pequeño, significativo y sencillo diseño.



Fig. 4. Diseño de tapa de Camín

Forma y materia se unen igualmente en las esculturas del Paseo del Muro o del Parque del Rinconín, ocupando un espacio en la ciudad, suponiendo un beneficio estético, contribuyendo a embellecer el espacio y entablando una conversación con el ciudadano, acercándonos los lenguajes escultóricos de nuestro tiempo.

La obra Sombras de Luz de Fernando Alba, fue una de las elecciones para recrear el itinerario costero en la zona del Paseo del Muro en 1998 (fig. 5). El artista asturiano ha ideado enclavar cuatro planchas de hierro, colocadas perpendicularmente como un espejo, y en las que se han practicado cortes circulares de diferentes longitudes a manera de evocación de los cuerpos celestes. Toda la obra funciona como un cuerpo solar, ya que cuando la sombra se proyecta sobre el sobre el suelo, coincide con la fase máxima de los elipses de luz de cada una las estaciones del año.

6 PONCEDA, JAIME (1990, enero 21). “Elogio del Horizonte”: luces y sombras de una polémica. La Nueva España. pp. 1•4



Fig. 5. *Sombras de Luz* de F. Alba

La gran mancha verde del parque marítimo del Rinconín ha cambiado su fisonomía actual con dos propuestas de dos obras de singularidad modernidad, *Solidaridad*, de Pepe Noja (1999) y *Sin título*, de Herminio (2000).

La primera de estas piezas fue donada por el autor, quien no cobró por su diseño. Realizada en acero inoxidable, los cilindros se anudan a modo de eslabones, entrelazándose o solidarizándose (fig. 6) . Se colocó cercana al mar y parece retener la luz para después expulsarla. Su emplazamiento en un recinto abierto ha sido concebido como un lugar destinado a diferentes actividades de ocio, y no es extraño encontrarse a infantes recreándose en la escultura e interactuando con ella.

No es el caso de la escultura de Herminio Álvarez, *Sin título*, cuya problemática se centra en el equilibrio, el monumento perpetuo en escala monumental realizado en acero cortén y acero inoxidable. La pieza recuerda los juegos de tensión en el que se experimenta con la preocupación del equilibrio ingrávito (fig.7).

Unos metros más adelante, en pleno acantilado y dentro de la Senda del Cervigón Canto a los días huídos⁷, de Adolfo Manzano, es un grupo escultórico formado por bloques blancos de mármol blanco a modo de asientos frente al horizonte (fig. 8). La pieza se erige como una ofrenda al mar, estableciendo un diálogo sugerente, poético, lírico y lleno de sensaciones a través de las superficies. La obra constituye una estructura organizada en varios módulos en los que fluye el espacio, el aire proveniente del mar, originando una solución abstracta. La materia se complementa con el vacío que la circunda, adquiriendo un carácter lúdico, que atrae al espectador, a la vez que le invita a recorrer los espacios que separan los cubos, para ir descubriendo la materia y los cambiantes aspectos que le ofrece esta realización escultórica.

7 Cuyo título original es *Canto los diez fuxíos*, 2001.



Fig. 6. Solidaridad de Pepe Noja



Fig. 7. Sin Título en el Rinconín



Fig. 8. Cantos a los días huídos



Fig. 9. Castillo de Salas, Rubio Camín

La obra Castillo de Salas, de Joaquín Rubio Camín, es último de los espacios públicos verdes mencionados (fig. 9). La obra fue creada con los restos sacados del mar del barco siniestrado Castillo de Salas. El autor diseñó esta escultura, que hoy preside el espacio verde frente a la playa de Peñarrubia, en Gijón, como un recuerdo de un hecho histórico trascendente. La pieza fue instalada en noviembre de 2003 como un homenaje al barco de carbón hundido, con 30 toneladas de peso y 30 m de largo, y simboliza un aviso a los navegantes, un aviso de lo que no va a volver a ocurrir, y no un hecho trágico y doloroso⁸. Con esta pieza se cierra el recorrido que se inició en el puerto de la ciudad, uniendo nuevamente el mar, la tierra y el metal.

Conclusiones

El espacio público se convierte de este modo en un lugar apto para la convivencia, pero también en un marco adecuado para la valoración de las formas plásticas, unas formas que se alejan de la idea tradicional de monumento público, buscando una mayor acercamiento con el público.

En la nueva cultura del espacio público el arte está presente, es parte de la residencia de los ciudadano. Hoy en día es inconcebible una imagen, o una postal, de una ciudad contemporánea, sin la presencia de una obra de arte que ofrece la ciudad. Se puede afirmar entonces que la ciudad de Gijón ha consolidado una cultura, desde una perspectiva creativa, sobre cómo afrontar desde la contemporaneidad el espacio público urbano. Una cultura que no deja de ser por momentos arriesgada, a veces incomprensible, otras tantas poco acertada. Sin embargo es una ciudad que ha logrado vencer los obstáculos, regenerando los diferentes sectores de la ciudad, ya que no podemos olvidar que este equipamiento artístico está relacionado estrechamente con las intervenciones urbanísticas.

8 MERAYO, P. (2003 noviembre 11). Camín corona Peñarrubia con su escultura•homenaje al “Castillo de Salas”. El Comercio. p. 79

Gijón no sólo ha dignificado y renovado una imagen urbana, sino apuesta por alcanzar una dimensión social, implicando a la ciudadanía con el arte contemporáneo actual.

Referencias

- ÁLVAREZ MARTÍNEZ, M.S. (2010). Un nuevo arte para Gijón: compromiso público y usurpación retórica. En MORÁLES SARO, M.C. (coord), El waterfront de Gijón (1985•2005): nuevos patrimonios en el espacio público (81). Oviedo: Eikasa.
 - ÁLVARO RODRÍGUEZ, R. (1977). Gijón. Industrialización y crecimiento urbano. Salinas: Ayalga.
 - BLANCO GONZÁLEZ, H. (2000). Gijón. La ciudad que nunca existió. Gijón: Gran enciclopedia asturiana.
 - BLANCO GONZÁLEZ, H., GRANDA ÁLVAREZ, F.J.Y FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, M. (2006). La obra pública municipal de Gijón (1782•2006). Gijón: Ayuntamiento de Gijón.
 - CHILLIDA, EDUARDO (2003). Elogio del Horizonte: conversaciones con Eduardo Chillida. Barcelona: Destino.
 - GARCÍA, E.Y PRESA DE LA VEGA, E. (2000). Esculturas nuevas en espacios nuevos. Una década de escultura en nuestros espacios públicos (1990•2000). Gijón: Ayuntamiento de Gijón.
 - GRANDA ÁLVAREZ, F.J. (2008). Natural de Gijón. Parques, jardines y espacios verdes municipales. Gijón: Ayuntamiento de Gijón.
 - HUICI, FERNANDO (1990). Elogio del Horizonte: una obra. Oviedo: Progreso Editorial.
- Artículos de revista y periódicos:
- GARCÍA QUIRÓS, R.M. (2008). Un nuevo espacio para Gijón: la transformación del viejo puerto, Revista Liño 13, pp. 105•122.
 - J.C.G.(2011 marzo 18). Gijón con todas las letras. La Voz de Asturias, p. 22.
 - MERAYO, P. (2003 noviembre 11). Camín corona Peñarrubia con su escultura•homenaje al “Castillo de Salas”. El Comercio. p. 79.
 - MORÁLES SARO, M.C. (2008). Marca Gijón, Revista Liño 13, pp.123•135.
 - PONCEDA, JAIME (1990, enero 21). “Elogio del Horizonte”: luces y sombras de una polémica. La Nueva España. pp. 1•4.

EX_POSICIONES

Antonio Rabazas Romero

Profesor titular de Universidad

Facultad de bellas artes. Universidad Complutense de Madrid. Avda. greco, 2 (España) CP 28040 Tlfn: + 34 91 3943655

Email: arabazas@art.ucm.es

Resumen

La presente comunicación está conformada por una reflexión teórica “Comencemos a caminar” en la que trato algunas cuestiones genéricas en torno a la noción de deriva urbana, el trabajo con el cuerpo, la memoria y los lugares. Utilizaré como mapa de este breve recorrido algunas reflexiones de Maaschelein y Agamben en torno a la idea de estudio, el viaje y la atención y la importancia de la experiencia para “ver” el camino. Citaré “el caminar a pie” de Walter Benjamin en Dirección Única y algunas citas de Blanchot, Weil, Sontag, Hugo de San Victor, etc. Intentaré articular estas ideas con algunas estrategias empleadas por artistas visuales como el “détournement” situacionista, el “acto de andar como principio” de Richard Long, el extrañamiento del lugar de Robert Smithson, el propio recorrido como relato ficcional, de Sophie Calle o la problemática reconstrucción de la identidad planteada por Cindy Sherman.

En una segunda parte presento un proyecto artístico en el que vengo trabajando desde hace 6 años “The Waste City/La Ciudad Baldía” realizado desde la disciplina del arte. El proyecto consta de seis performances en espacios, lugares y contenedores urbanos que generan una serie de piezas audiovisuales. Los vídeos documentan la atmósfera de los recorridos y su naturaleza circular en el que unas intérpretes de danza Butoh son filmadas con sus cuerpos desnudos pintados de blanco recorriendo las calles y las arquitecturas monumentales de la ciudad. Terminaré sólo citando de pasada algunos autores de otros medios literarios como Yasunari Kawabata, Jorge Luis Borges, George Perec, Italo Calvino y James Joyce como ejemplos de la red que se establece entre los lugares, los acontecimientos y la memoria.

Palabras clave

Arte, Videoarte, Deriva Urbana, Ciudad, Performance, Danza Butoh.

Abstract

This lecture consists of a theoretical reflection titled “Let’s start to walk” in which I deal with some generic issues around the notion of urban drift, work with the body, memory and places. I will use as a map of this short journey some reflections by Maaschelein and Agamben on the idea of studying, travel, attention and the importance of experience to be able to “see” the path. I will cite Walter Benjamin’s “Walking on foot” in Unique Direction

along with Blanchot, Weil, Sontag, Hugh of Saint Victor, etc. I will try to articulate these ideas with some strategies used by visual artists like the situationist “détournement”, Richard Long’s “act of walking as a principle”, Robert Smithson’s estrangement of place, Sophie Calle’s use of the route itself as a fictional story or the problematic reconstruction of identity proposed by Cindy Sherman.

On a second part I present an artistic project that I have been working on for the past six years: “The Waste City/ La ciudad baldía”, done within an artistic discipline. The project consists of six performances in spaces, places, and urban containers that generate a series of audiovisual pieces. Videos document the atmosphere of the tours and their circular nature, in which Butoh dancers are filmed

naked, their bodies painted white while they roam the streets and monumental architecture of the city. I will finish by quoting in passing some authors from other literary media like Yasunari Kawabata, Jorge Luis Borges, Georges Perec, Italo Calvino and James Joyce as examples of the network that is established between places, events and memory.

Key words

Art, Video art, Urban drift, City, Performance, Butoh Dance.

Introducción

El objeto de la presente comunicación es situar en valor una forma de creación contemporánea relacionada con la creación de situaciones y la experiencia del camino en ámbito urbano.

El contenido dividido en dos partes repasa algunas reflexiones vertidas por pensadores contemporáneos y algunas propuestas de artistas que ejemplifican estas estrategias, junto con un ejemplo de investigación artística personal llevado a cabo por el autor.

El contexto de esta reflexión proviene del ámbito de pensamiento estético, del campo de la educación en Artes Visuales y de la propia práctica artística.

Objetivos

Establecer una plataforma de discusión y debate sobre el agotamiento de los modelos solipsistas y autorreferenciales imperantes en gran parte de las propuestas de arte contemporáneo.

Tratar de señalar la importancia de la propia experiencia en todo proceso de creación. Encontrar modos de interaccionar con los lugares que habitamos para obtener resultados y miradas novedosas.

Obtener obras artísticas originales basadas en éstas investigaciones.

Metodología

Se ha utilizado una metodología comparativa, intertextual y estudio de casos. Los procedimientos de la segunda parte se han basado en estructuras temporales de acciones sobre espacios públicos, con técnicas de la provenientes de la danza butoh y su grabación y montaje audiovisual con los procedimientos y las técnicas del videoarte.

1. Comencemos a caminar

“Caminar en el sentido de dar pasos, de estar en marcha, nos hace pensar enseguida en viajes y esto, a su vez, evoca la imagen de un espíritu creativo que explora nuevas maneras de ver o abre nuevos horizontes. Un espíritu de estas características, caminante y viajero, es un espíritu crítico en tanto que se mueve con un conjunto dado de presuposiciones y valores y, al hacerlo, los problematiza.” Maaschelein

Un encuentro fortuito con el profesor Fernando Bárcenas camino de la biblioteca de la Facultad de Educación propició un maravilloso “pase”. Fernando como todo buen profesor es un “pasador” alguien que te abre nuevas pistas, que te presenta a otro, ya sea un autor, un libro o una película en cuanto te descuidas.

Le hablé de mi búsqueda del último libro que me quedaba por leer de Sebald, *Los Anillos de Saturno*, de mi interés por la metodología de Sebald: el caminar y la creación de situaciones como fuente de experiencias de primera mano y condición necesaria, desde mi punto de vista, para iniciar cualquier obra artística.

Fernando después de escucharme con atención me dijo, necesitas leer este libro: *Mensajes Educativos desde tierra de nadie* de Jan Maaschelein, es justo lo que buscas.

A continuación sigo jugando, y “re-paso” algunas ideas expresadas por Giorgio Agamben en su *Idea de estudio* Maaschelein y Simons, (2008) y del propio Maaschelein en su texto *Pongámonos en marcha* Maaschelein y Simons, (2008)

Para Agamben exponerse es adoptar riesgos, tener la propia experiencia de la pérdida, la propia experiencia de abandonar las situaciones cómodas, para ponerse en marcha. Abrir rutas, caminar, explorar la ciudad, el territorio, experimentar el cambio lejos de las vías trilladas, establecer itinerarios azarosos, donde la sorpresa sea bienvenida, y el asombro y el estupor afloren.

En la etimología del término “Studium” la raíz “st” o “sp” indica choques, shocks. Estudiar es pues “asombrar”. El que estudia es sacudido por un golpe, es atrapado en el “asombro” entre la pasión y la acción.

Como el fin del estudio no se alcanza nunca y siempre es fragmentario, Agamben afirma que es el estudiante y no el maestro el que encarna mejor el papel del estudioso,

volviendo del revés los roles del espacio pedagógico: “maestro (el que sabe e imparte orden) aprendiz (el que no sabe y no es consciente)” para activar la capacidad de pensar y cuestionar y nos recuerda que en el origen de educar: e-ducere: significaba “guiar hacia fuera”, o “iniciar un viaje en la que uno se separa de lo que estaba unido permitiendo otra forma de relación”.

Maaschelein (2008) trae a colación un fragmento de Walter Benjamin (1892-1940), perteneciente a *Dirección única*. Una colección de textos publicados originalmente en 1928.

El libro, lo conforman extraños escritos encabezados por nombres como si de carteles indicadores se tratase, (gasolinera, terreno en construcción, ¡cuidado con los peldaños!...). Benjamin nos invita a deambular, en una deriva que discurre por calles y textos fragmentados, experimentando el fascinante sentido de la pérdida, haciendo de lo urbano un permanente laberinto aún por descubrir.

En estos mínimos pasajes inclasificables, cercanos a la crónica cotidiana, el autor traza una singular lectura de acontecimientos encontrados. Su múltiple mirada, busca la experiencia como fundamento principal para la reflexión.

La estructura de su exposición abre lo comentado a múltiples planos, que al mismo tiempo se dan como sin querer, “En la improvisación reside la fuerza. Todos los golpes decisivos habrán de asestarse como sin querer.” Benjamin explora la acción de la escritura al abrigo de la imprevisibilidad que cada palabra dada manifiesta “Para los grandes hombres, las obras concluidas tienen menos peso que aquellos fragmentos en los cuales trabajan a lo largo de toda su vida. Pues la conclusión sólo colma de una incomparable alegría al más débil y disperso .”

Dirección única posee esa extraña imaginación, que seduce y desconcierta, creando un ámbito de reflexión independiente de la teoría y cercano a los modos de expresión de las artes visuales. Mundos mágicos, enigmáticos, indefinidos e incontrolables, donde el autor se limita a mostrar un camino y crear un grado de expectativa suficiente para atrapar al lector en su recorrido:

(...) “La Fuerza de un camino varía según se lo recorra a pie o se lo sobrevuele en aeroplano. Así también, la fuerza de un texto varía según sea leído o copiado. Quién vuela sólo ve como el camino va deslizándose por el paisaje y se devana ante sus ojos siguiendo las mismas leyes del terreno circundante. Tan sólo quién recorre a pie un camino advierte su dominio y descubre que en ese mismo terreno, que para el aviador no es más que llanura desplegada, el camino en cada una de sus vueltas, va ordenando el despliegue de lejanías, miradores, espacios abiertos y perspectivas (..)

Fragmento de Porcelana China, Benjamin, W. (1987)

Benjamin manifiesta aquí, que sólo ve el camino quién lo recorre a pie y experimenta su presencia y evidencia. Pero el camino a la vez que nos somete nos activa, a la vez que nos lleva, nos cambia, nos pone en guardia, nos hace estar atentos, nos educa.

Para Benjamin caminar no es dirigirse necesariamente a una meta es la experiencia en sí, estableciendo la relación del caminar con el mirar, con abrir los ojos, con generar nuevas miradas. Caminar por tanto, es desplazar la mirada, obtener nuevas perspectivas, y una doble experiencia; por un lado nos sometemos a las contingencias del camino y por otro nuestro propio caminar hace el camino. La obtención de nuevas perspectivas no actúa sólo ante una posible realidad exterior vislumbrada de una manera novedosa, sino y más importante, produce un cambio radical en nuestra perspectiva interior nos transforma y se convierte en experiencia. Lo fundamental de caminar es, por tanto, la transformación de la relación entre sujeto y objeto. El cambio continuo de posición nos hace estar “fuera de posición” permanentemente. Caminar es aceptar implícitamente la “exposición”.

Caminar pues, es un modo de relacionarse con el presente, un modo de investigar centrado en la “atención” en abrirse al mundo, en exponerse. Susan Sontag nos proporciona el “pase” justo “una escritora es alguien que presta atención al mundo”. Maaschelein refuerza sus argumentos con otra “asistencia” de M. Blanchot a M. Foucault “la crítica empieza por la atención, la presencia y la generosidad”

La atención implica siempre una suspensión del juicio, una especie de espera. Estar atento es neutralizar nuestra voluntad para abrirse a nuevas expectativas, y nos hace otro “pase” maestro a Simone Weil “la atención es la forma más escasa y al mismo tiempo la más pura de generosidad.” Ser generoso es dar sin pedir nada a cambio, es ofrecerse, va contra la corriente dominante del pensamiento occidental, donde nada se hace sin una contrapartida.

Caminar es una experiencia pobre, un arte pobre, no se aspira a contrapartida alguna, implica generosidad y por tanto atención y la atención ya hemos visto, para Weil, es muy importante en educación.

“Caminar no nos lleva en principio a ninguna parte luego nos permite llegar a cualquier lugar.” Así pues, un arte pobre implica abandonar la comodidad de una posición, por la incertidumbre del cambio. Caminar sin preguntas, sin objetivos, pero estar atentos a lo que ahí hay, supone suspender la verdad de lo que vemos, oímos o pensamos.

Con este proceso de extrañamiento alejamos la mirada de su propia obviedad, del estereotipo del “mirar para ver” de las representaciones, las ideas, las tesis y permitimos que aparezca la evidencia, pues lo evidente no existe sino que “aparece” a través de la “atención” extrema.

Bertram, G.W., (2005) sostiene la tesis que “una obra de arte es tal, si hacemos cierta experiencia con ella.” afrontando el problema del arte en los términos de la experiencia que tenemos de las obras o de los eventos artísticos. “El arte es, entonces, algo como la “estructura relacional de las artes”, de los distintos materiales, de los distintos procedimientos. Y se distinguiría de otros procesos de toma de conciencia gracias a la peculiaridad de confirmar, potenciar y desestabilizar (poner en cuestión) nuestra experiencia de nosotros mismos y del mundo. La experiencia de las obras de arte es una experiencia que confirma, potencia y pone en cuestión nuestra comprensión del mundo (arte como representación o signo) y de nosotros mismos (arte como expresión o experiencia en sentido estricto). Escribe Bertram: “El valor del arte es la toma de conciencia llena de tensiones que se produce en las experiencias estéticas y que pone en cuestión, confirma y transforma nuestras cogniciones y nuestras creencias sobre nosotros y el mundo.”

Para muchos artistas viajar es importante, un acto de peregrinaje secular a un lugar, o a un dejarse llevar como el flâneur de Baudelaire en una deriva o pérdida voluntaria.

Ya en el siglo XII, Hugo de San Victor escribió: “El hombre que encuentra bonito su país es un principiante inmaduro; el hombre para quien cada país es como el suyo ya es fuerte; pero sólo el hombre para quien el mundo es como un país extraño es perfecto”....

El movimiento situacionista es importante para entender ciertas prácticas del arte contemporáneo basadas en la construcción de situaciones, en las que se altera la noción de circulación con un fin, -desplazarse de un punto A, a un punto B- para entender el camino como experiencia en sí, narración o relato. En la teoría y práctica de los situacionistas, “detournement” [darle la vuelta a] (de “détourner”: “darle la espalda, darle la vuelta”) quiere decir aplicar estrategias de apropiación, collage y montaje, a artefactos culturales (desde el arte “mayor” hasta los productos del mass media)

Guy Debord publica en 1958 su Teoría de la Deriva comienza su texto describiéndola:

“Entre los diversos procedimientos situacionistas, la deriva se presenta como una técnica de paso ininterrumpido a través de ambientes diversos. El concepto de deriva está ligado indisolublemente al reconocimiento de efectos de naturaleza psicogeográfica, y a la afirmación de un comportamiento lúdico-constructivo, lo que la opone en todos los aspectos a las nociones clásicas de viaje y de paseo.

Una o varias personas que se abandonan a la deriva renuncian durante un tiempo más o menos largo a los motivos para desplazarse o actuar normales en las relaciones, trabajos y entretenimientos que les son propios, para dejarse llevar por las sollicitaciones del terreno y los encuentros que a él corresponden. La parte aleatoria es menos determinante de lo que se cree: desde el punto de vista de la deriva, existe un relieve psicogeográfico de las ciudades, con corrientes constantes, puntos fijos y remolinos que hacen difícil el acceso o la salida a ciertas zonas...

Un ejemplo de este proceso de toma de conciencia, transformación y extrañamiento de la experiencia lo podemos contemplar en la obra de artistas como Vito Acconci Francis Alys, Hamis Fulton, Richard Long, etc. Comentaremos brevemente la obra de Richard Long, Robert Smithson, Sophie Calle y Cindy Sherman.

Richard Long quizás sea el artista que lleva el grado cero de la escritura a la máxima expresión, desvinculándose de las referencias literarias de los artistas anteriores, (la noción de viaje, la *flanêrie* surrealista, la deriva letrista, etc.) con su obra *A Line Made by Walking* (1967) Los reiterados recorridos sobre la superficie de hierba de un prado dibujan una línea a modo de sendero totalmente autónoma frente a otras referencias. Aquí el propio proceso hace la obra expandiendo el campo escultórico en el sentido que le otorgó Rosalind Kraus de expansión física y mental.



Figura 1. *A Line Made by Walking*. Richard Long (1967)

Robert Smithson (Nueva Jersey, 1938-Amarillo, Texas, 1970) Comenzó a realizar sus peculiares “esculturas” a raíz de leer unos comentarios del escultor Tony Smith en los que expresaba su emoción ante el espectáculo de una carretera a medio construir en el estado de New Jersey. A partir de ese momento los ojos de Smithson se vuelven hacia la belleza de “las calzadas, los baches, las zanjas, los montículos, los senderos, las carreteras y las explanadas”, convertidos ellos mismos en material de la obra de arte. Tanto en su producción plástica como en sus incisivos textos teóricos, el artista manifestó su deseo de realizar una obra ajena a las categorías tradicionales y en la que se pusieran en cuestión los medios tradicionales de creación, intervención y exposición:

“Los museos, al igual que los asilos y prisiones, tienen sus guardias y sus celdas... Las obras de arte vistas en sus espacios parecen salir de una especie de convalecencia estética. Se las mira como a inválidos inanimados, esperando que los críticos las declaren curables o incurables”.

Sus intervenciones sobre el paisaje, y esto es algo que comparte con sus compañeros del Land Art, se producen a menudo en lugares remotos e inaccesibles y son visibles tan sólo para un puñado de espectadores, que más que “espectadores” en el sentido tradicional, se convierten en testigos de un acontecimiento efímero, condenado a desaparecer por la acción de los elementos. Son obras que por tanto sólo existen en la forma de vestigios: fotografías, películas, dibujos preparatorios, escritos...

Lejos de limitarse a “explicar” la obra de arte, estos documentos forman parte integral de ella, son mediadores de su significado, poniendo de relieve su intencionado carácter de tejido inacabado y heterogéneo, a partir del cual es posible trazar una red interminable de referencias cruzadas.



Figura 2. Monument with Pontoons: The Pumping Derrick. Robert Smithson (1967)

La artista Sophie Calle utiliza estrategias del “détournement” situacionista en sus recorridos, en 1980 realiza la Suite Vénitienne, comenta: “Regresé a Francia después de pasar siete años en el extranjero. No conocía a nadie. Me sentía perdida en mi propia ciudad. Así que decidí seguir a desconocidos y que fueran ellos quienes decidieran a donde ir. Siempre he estado organizando ritos en mi vida; la mayoría nunca los he usado para mi trabajo. Hay gente a la que he seguido un año entero, pero no he publicado ni he usado ese material. Un día seguí a un hombre hasta Venecia...”

Al año siguiente con La Filature (1981) le da la vuelta a la estrategia invirtiendo los roles de perseguidora a perseguida: “El Centro Pompidou me invitó a una muestra colectiva llamada Autorretratos, y pensé que el único modo de hacer mis autorretratos, después de seguir a tanta gente, era invirtiendo los papeles (...). A petición mía, durante el mes de abril de 1981, mi madre se acerca a la agencia Duluc. Detectives privados. Pide que me sigan y reclama una relación escrita de mi empleo del tiempo y una serie de pruebas fotográficas de mi existencia.”

Sophie Calle utiliza el material generado en el recorrido, como el sustento visual de un relato o narración por yuxtaposición frente a la narración lineal del texto escrito. Sus “novelas de pared” están compuestas por materiales diversos, fotografías, textos autobiográficos, citas, documentos, etc. Utiliza el caminar y sus recorridos por los lugares y las ciudades, como un procedimiento de recolección de materiales, en el que ella es un material más. La experiencia de los recorridos establece nuevas relaciones sobre las acciones y los materiales habituales, transformándolos en fértil sustrato para inventar e imaginar nuevas formas de percepción de lo cotidiano.



Figura 3. Suite Vénitienne, Sophie Calle (1980)

Figura 4. La Filature, Sophie Calle, 1981.

El último ejemplo que traigo a colación es la serie de fotografías en blanco y negro titulada *Untitled, Film Stills*, de la artista Cindy Sherman. Dirigido a replantear las leyes del contexto cultural dominante, Sherman posa en todos los roles imaginables de las actrices de serie-B. Parodia, las construcciones de lo femenino en el imaginario colectivo, las cuestiona y las desestabiliza. Las series de los *Film Stills* de Cindy Sherman parecen autorretratos, pero no son autorretratos.

Obviamente es la propia Cindy la que da soporte a la imagen, pero sólo a su “representación” a su fabulación identitaria, “En el espacio de la representación uno es siempre otro” dice, llevando al máximo la confusión entre realidad y representación, “El yo no existe desde el principio (desde el nacimiento) sino que se crea mediante un proceso de experiencia y actividad sociales” postula George Herbert Mead. La serie *Film-Still* manifiesta el poder de manipulación de la imagen como construcción simbólica desestabilizando el concepto mismo de identidad, que ya no es concebida como algo dado, acabado, estable, sino como un constante devenir, un proceso, una construcción siempre inacabada, contingente y precaria, como el recorrido de los personajes de Ulises por la ciudad de Dublín. Empezamos a sentir la cercana conexión entre los sitios frecuentes y la extrañeza de la memoria, y a veces los acontecimientos afectan, incluso, a aquellos que no los recuerdan en absoluto. James Joyce manifestaba que los lugares recuerdan acontecimientos.



Figura 5. Untitled-Film-Still-14 Cindy Sherman (1978)

Figura 6. Untitled-Film-Still-15 Cindy Sherman (1978)

Figura 7. Untitled-Film-Still-07 Cindy Sherman (1978)

2. The waste city/La ciudad Baldía

“Caminando por la gran Perspectiva de nuestra ciudad, borro mentalmente los elementos que he decidido no tomar en consideración. Paso junto al edificio de un ministerio, cuya fachada está cargada de cariátides, columnas, balaustradas, plintos, ménsulas, metopas, y siento la necesidad de reducirla a una lisa superficie vertical, a una lámina de vidrio opaco, a un diafragma que delimite el espacio sin imponerse a la vista. Pero también así simplificado ese edificio sigue pesando sobre mí de forma opresiva: decido abolirlo por completo; en su lugar un cielo lactescente se alza sobre la tierra desnuda. Del mismo borro otros cinco ministerios, tres bancos y un par de rascacielos de grandes sociedades. El mundo es tan complicado, enmarañado y sobrecargado que para ver un poco claro en él es necesario podar, podar.”

CALVINO, I (1993) p. 271

El proyecto The Waste City /La Ciudad Baldía es una work in progress comenzada en el año 2002 bajo el título El punto Ciego/The waste City.

Básicamente comenzó con una serie de paseos por los circuitos del Madrid turístico y ha ido evolucionando con intervenciones en espacios públicos: Barrio de las Letras, calle Barquillo y Piamonte y edificios como el Museo del Prado, la Fundación COAM del Colegio de Arquitectos donde se expuso el proyecto por primera vez, La Iglesia de San Agustín en la localidad de Toro, Zamora y la Intervención en la Fábrica abandonada de Eduardo Torroja en Villaverde, Madrid (2008)

2.1. Tres Acciones: Barrio de las letras. Museo del Prado y Piamonte, Madrid 2006

El proyecto aunque parte del azar, -me influyen más los incidentes, las demoras y las lentas repeticiones de los ritos, que las conclusiones finales- no es azaroso en absoluto. Decía Benjamin: No hay nada más difícil que perderse en una ciudad voluntariamente, perderse inconscientemente es pura trivialidad. Es en la serie, en la multiplicación en el lento crecimiento orgánico, sin final preconcebido, donde descubro figuras inasibles, voces susurrantes, dudas incompletas, estructuras sin argumento, cíclicas, sin límites espaciales y temporales: sin principio y sin final. El trabajo se mueve por tanto, en un territorio escurridizo que va desde el diario poético y el cuaderno de viajes hasta el ensayo, la experimentación formal de la narración o el documental. Si Cartier Bresson, comparaba el momento decisivo del acto fotográfico, a la disciplina mental de un arquero Zen, que ha de convertirse en diana antes de disparar la flecha. Yo desde luego no hago “piezas audiovisuales” es decir no hago videos.

Más bien, esbozo relatos, cuento historias con imágenes donde lo importante no son éstas en sí mismas, sino el tiempo que no ha sido revelado, los instantes que median entre una y otra, la ilusión de lo no visto. Itinerarios ficcionales que sin embargo parten de acciones reales y literales y así en los lentos desplazamientos de estos cuerpos nos convertimos en compañeros de fatigas de sus viajes, acercándonos al límite mínimo de memoria que nos permita traspasar el umbral de nuestra imaginación, como decía Christa Blümlinger, “El mecanismo regulador de una cultura del recuerdo precisa algo más que el mero documento, algo más que la referencia a un acontecimiento histórico o a una circunstancia “

En los tres primeras obras que constituyen El punto ciego/la ciudad baldía ciertos personajes “aparecen” en el sentido literal de “apariciones” entre el fluir constante de viandantes y automóviles. Sus movimientos lentos parecen ajenos a la velocidad y al paso del tiempo. Interaccionan con edificios monumentales, como estatuas vivientes pero a diferencia de éstas se han bajado del pedestal y en general se sitúan infra-elevados, ahí abajo, a ras de suelo.

El proyecto se nutre, por tanto, de las capturas de esas “apariciones”. Pretende revelar una ciudad baldía, como homenaje implícito al The Waste Land de T.S. Eliot. eleva a la categoría de monumento las sobras y el azar. De esta forma, las capturas son convertidas en piezas frías, en paisajes fríos, en los que el cuerpo humano se vuelve signo, señal ubicua de un recorrido, de un viaje por las ciudades, por las calles por las que transito, por los espacios atrapados de los edificios, perturbándolos y transformándolos hasta el punto de que la escala, la masa y el peso de estos lugares se vuelve liviana ante la sola presencia de dos cuerpos desnudos, que con sus acciones se revelan poderosos, inmensos, anulando la rigidez de la piedra, el asfalto y el hormigón con el leve roce de sus pieles frágiles.



Figura 8,9,10,11. Acciones: Barrio de las Letras, Museo del Prado y Piamonte. Antonio Rabazas (2006)

2.2. Acción: Wastespaces/Espacios baldíos. Madrid 2008

El proyecto en la Fábrica abandonada de Eduardo Torroja ha consistido en ocho piezas cortas o recorridos en distintos lugares de la misma (exteriores e interiores) realizados por las dos intérpretes de danza Butoh con las que colaboro habitualmente: Tania Garrido y Nazaret Laso. La acción tiene su origen en el cuadro de Roger Van der Weyden, El descendimiento de Cristo del Museo del Prado y en el fragmento musical “Erbarme dich, mein Gott” de la Pasión según San Mateo de J.S. Bach.

Una fábrica abandonada en Villaverde que tiene la peculiaridad de ser obra del famoso ingeniero Eduardo Torroja, por lo que es un “monumento” protegido y una tipología de basílica romana adoptada por la religión cristiana para sus templos.

¿Qué sucede con las zonas degradadas de la ciudad? De lo que fue zona de gran actividad industrial en los años sesenta hoy sólo quedan osamentas de hormigón y cascarones vacíos.

Es un lugar extraño: ha sido un espacio de trabajo frenético, pero ya sólo quedan las huellas, los ecos, las presencias de miles de horas de sudor, esperanzas e ilusiones de inmigrantes por dar una vida mejor a sus hijos. Mano de obra barata para engrosar la carne de cañón de un desarrollismo salvaje, sin escrúpulos, cientos de vidas gastadas entre los engranajes, el hierro y el ruido. Lejos del mundo rural conocido, la gran ciudad y sus certezas industriales devoraron a sus hijos... ¿Qué hacer con una enorme montaña de hormigón sin uso? ¿Recuperar su tipología sagrada quizás...?

Decía De Certeau que “las historias organizan los paseos” esto me hace pensar en Aristóteles y sus discípulos caminando alrededor de un patio mientras debatían y construían su discurso. Historias como pensamientos, que me llevan a la memoria. Como los peripatéticos, hilvano estos pequeños retazos de historias a través de la experiencia de la acción en este lugar.



Figuras 12,13. Acciones: Wastespaces / espacios baldíos. Antonio Rabazas (2008)

2.2. Acción: sacredspaces/espacios sacros. Zamora 2008

La Iglesia de San Agustín en Toro, vacía, sin culto y magníficamente rehabilitada es un lugar extraño: ha sido un espacio sagrado, pero ya no lo es, sólo queda el contenedor con una estructura de cruz latina y bóvedas de cañón.

El suelo de piedra de Calatorao negra perfectamente pulida, se convierte en un espejo, hasta tener la impresión, durante un brevísimo instante, de no entender ya el derecho y el revés, el suelo se abre al reflejo de las bóvedas y los cuerpos “flotan” libremente en el aire como si fuera un tanque de agua.

El problema conceptual que me ha planteado este espacio es la ingravidez y la levedad. Dos frágiles cuerpos desnudos “caen” en un espacio negro sin fin, la gran masa del contenedor construido es abierta, rotos los límites, los cuerpos sin edad se apoderan de lo espiritual frente al cascarón vacío de un símbolo religioso que se denomina transcendente. Que el lugar se convierta en un lugar extraño, que incluso ya no se sepa que esto se llama una iglesia...

El conjunto se ha grabado en alta definición y se ha montado una pieza audiovisual independiente.



Figuras 14,15,16. Acciones: Sacredspaces / espacios sacros. Antonio Rabazas (2008)

Conclusiones

Termino con ese “escribir en alto”, ensimismado, de George Perec en *Especies de Espacios* pues describe plenamente —como Calvino— el punto de llegada que planteo en *The waste city*: la creación de situaciones en torno a los espacios, a los lugares, y a las presencias del cuerpo y la memoria como compañeros de este viaje

“Me gustaría que hubiera lugares estables, inmóviles, intangibles, arraigados; lugares que fueran referencias, puntos de partida, principios... Tales lugares no existen, y como no existen el espacio se vuelve pregunta, deja de ser evidencia, deja de estar incorporado, deja de estar apropiado.

El espacio es una duda: continuamente necesito marcarlo, designarlo; nunca es mío, nunca me es dado, tengo que conquistarlo. Mis espacios son frágiles: el tiempo va a desgastarlos, va a destruirlos: nada se parecerá ya a lo que era, mis recuerdos me traicionarán, el olvido se infiltrará en mi memoria, miraré algunas fotos amarillentas con los bordes rotos sin poder reconocerlas. . . .El espacio se deshace como la arena que se desliza entre los dedos. El tiempo se lo lleva y sólo me deja unos cuantos pedazos informes... “

Con estas acciones he tratado como Perec, de marcar, de designar un tiempo y un espacio dados, encapsulándolos en una obra audiovisual a salvo del tiempo: “Tu buhardilla es la más bella de las islas desiertas, y París es un desierto que nadie ha atravesado nunca “ sirva este fondo invisible y amenazante, de Un hombre que duerme (Un homme qui dort, 1967) de Georges Perec como conclusión de un modo de “mirar”, “estar” en el mundo.

Referencias

Este trabajo es deudor de los juegos autor-lector fragmentarios de G.Perec y el grupo OuLiPo, (Ouvroir de Littérature Potentielle, o Taller de Literatura Potencial)

Del dejarse llevar de las derivas situacionistas.

De los comienzos inconclusos.

De las Ficciones poliédricas de J. L. Borges repletas de interpolaciones, simetrías especulares, laberintos y reflejos entre La Biblioteca de Babel y las escaleras imposibles de El Inmortal que remiten a los mundos paradójicos de Escher o Piranesi.

De las lecturas entre líneas no explícitas, como el fondo de Jazz del Rayuela de Cortázar.

Del collage de referencias culturales, simbólicas y metafóricas del The Waste Land de T.S. Eliot, del fluir de la conciencia de M. Proust y J. Joyce y la música de E. Satie.

Un principio ético guía el proyecto, la búsqueda de la verdad. La verdad en el arte, tiene mucho que ver con la armonía y su contrario la inarmonía, detrás de estos conceptos subyace la búsqueda de un “jardín secreto”. La verdad puede que no sea la meta, pero sí el camino.

“Presencia y descubrimiento de la belleza” es el título de una conferencia del Nobel japonés Yasunari Kawabata. “Lo bello y lo triste” es su testimonio póstumo. La sensibilidad extrema de su prosa me acompaña en estas intervenciones, piezas cortas e intensas. A cambio, no tengo ninguna prisa, el tiempo dilatado, la continuidad, la adicción y la repetición irán conformando el proyecto a lo largo de los años, como la belleza latente que florece en el “Genji Monogatari” de Murasaki Shikibu.

“Escribir (filmar): tratar de retener algo meticulosamente, de conseguir que algo sobreviva: arrancar unas migajas precisas al vacío que se excava continuamente, dejar en alguna parte un surco, un rastro, una marca o algunos signos.”

Bibliografía

- AGAMBEN, G. (2008) "Idea de estudio", en Maaschelein, Jan y Simons, Marteen (Eds.) Mensajes E-ducativos desde tierra de nadie, Barcelona, Laertes Educación.
- BENJAMIN, W. (1987) Dirección única, (Einbahnstrasse) Madrid, Alfaguara.
- BERTRAM, G.W. (2005) Kunst: Eine philosophische Einführung, Stuttgart, Reclam. Citado en Bertinetto, A. Toma de conciencia y experiencia estética. [En línea], disponible en <http://web.me.com/gerardvilar/Disturbis234/Bertinetto.html> (12/06/2011)
- BLÜMLINGER, CH. (2000) "Lo imaginario de la imagen documental. Sobre Level Five de Chris Marker", en Chris Marker: retorno a la inmemoria del cineasta (Enguita, N., Expósito, M. y Regueira, E., Coords.) Valencia/Barcelona, Ediciones de la Mirada / Fundació Antoni Tàpies.
- CALVINO, I. (1993) Si una noche de invierno un viajero, Madrid, Siruela.
- DEBORD, G. (1999) Internacional situacionista, vol. I: La realización del arte, Madrid, Literatura gris.
- LARSON, K. (1993) "Los paseos geológicos de Robert Smithson", en Smithson, Robert. El paisaje entrópico. Una retrospectiva 1960-1973, Valencia, IVAM Centre Julio González.
- MAASCHELEIN, J.Y SIMONS, M. (Eds. 2008) Mensajes E-ducativos desde tierra de nadie, Barcelona, Laertes Educación.
- NICHOLS, B. (1997) La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental. Barcelona, Paidós.
- PEREC, G. (1999) Especies de espacios, Barcelona, Montesinos.
- SEBALD, W.G. (2002) Los Anillos de Saturno, Barcelona, Debate.
- WEIL, S. (2007) La gravedad y la gracia, Madrid, Trotta.

Acciones:

Acción: Barrio de las Letras. Madrid 2006 [En línea], disponible en:

<http://es.youtube.com/watch?v=urCONsrB5hY>

Acción: Museo del Prado. Madrid 2006 [En línea], disponible en:

<http://es.youtube.com/watch?v=qCfm1sH0Gu8>

Acción: Barquillo y Piamonte. Madrid 2006 [En línea], disponible en: <http://es.youtube.com/watch?v=sRcH44as7T8>

Wastespaces/espaciosbaldíos

Intervención en la Fábrica abandonada de Eduardo Torroja. Villaverde. Madrid 2008 [En línea], disponible en:

<http://www.youtube.com/watch?v=hxLFWWplxbE>

Sacredspaces/espaciossacros

Intervención en La Iglesia de San Agustín, Toro. Zamora 2008 [En línea], disponible en:

http://es.youtube.com/watch?v=F4kCO_9XZ_Y

TERRITORIOS SUBLIMES. MONSTRUOS EN LA LINDE

Ignacio López Moreno

Profesor Ayudante

Facultad de Bellas Artes. Universidad de Murcia. Campus Universitario de Espinardo, 30100 Espinardo, Murcia. Tfn: + 34

630184335 Email: Ignacio@um.es

Resumen

Esta comunicación especula acerca de una función, ajena al escepticismo que la idea ilustrada y científica de progreso introdujera preferentemente durante el siglo XVIII, que la imagen del monstruo promovida en su tradición folclorista ha podido cumplir en la definición del territorio para los islandeses.

Para introducir la perspectiva funcionalista que subyace a la relación entre la imagen del monstruo y el territorio propondremos la revisión del uso al que en distintos contextos históricos, ajenos a los objetivos que propiciaron su inclusión dentro del discurso de la Estética, se prestó el término “sublime.” La enorme atención que desde la antigüedad recibió el tipo de experiencia sensitiva o emocional asociada a la imagen del monstruo pervivía en el interés empirista que reinstanció una dimensión psicológica y fisiológica en el uso del término “sublime.” Pero el influjo del racionalismo contra el entusiasmo y la superstición, aunque ofrecería claridad y distinción donde antes había encantamiento, acabaría degradando importantes funciones prácticas del monstruo, de su imagen construida, y de la experiencia de asombro (sublime o sublimante) a la que se asoció. La construcción de “lo sublime” como concepto estético, y de la noción de Arte que nuestra tradición ha perpetuado, ha obliterado probables con-

tingencias originarias de la configuración (artística) de imágenes y del uso del término “sublime” con la imagen del monstruo, desplazando a esta última al ámbito del entretenimiento o del espectáculo popular.

Una modesta, aunque interesante, iniciativa museística en Bildudalur, un centro urbano de aproximadamente 150 habitantes en los Fiordos del Noroeste Islandés trata de poner en valor desde su apertura en 2009 el peso, si no histórico propiamente dicho, indudablemente comunitario y familiar de la figura del monstruo marino en su relación con el mar. El Seamonster Museum funciona como un componente importante del plan de desarrollo turístico que se está intentando asentar en esta zona, pero su razón de ser trasciende esa función. En el desarrollo de la vida de los responsables del Museo y de los habitantes de la zona, habituales testimonios acerca de encuentros con monstruos marinos han modelado de alguna forma su concepción del territorio. Tanto es así, que más allá de estrategias comerciales, la idea de crear el Seamonster Museum aspira a dotar de dignidad una parcela antropológica de la experiencia vital de los habitantes de esta zona carente hasta el momento de reconocimiento y visibilidad.

Palabras clave

Monstruo, Sublime, Territorio, Arte, Estética, Función, Islandia

Abstract

This paper speculates about a function the image of monsters transmitted through Icelandic folk tradition fulfils in Icelandic territory definition.

To introduce the functionalist approach relating the monster's image and territory, we will propose the revision of the uses the term "sublime" had in historical contexts not mediated by the objectives that included it in the discourse of Aesthetics. The enormous attention received by the sensitive or emotional experience connected to the image of the monster from Antiquity was still strong in the empiricist interest that re-instantiated a psychological or physiological import in the use of the term "sublime". The pressure of rationalism against enthusiasm and superstition, even though it offered clarity and distinction where enchantment had dominated before, would end up degrading important functions of the monster, its image and the (sublime) experience of wonder it was connected with. The construction of "the sublime" as an aesthetic concept and the notion of "Art" our tradition

has perpetuated obliterates important fundamental contingencies between the (artistic) configuration of images, the use of the term "sublime," and the image of the monster, the result being that the latter is confined to the sphere of entertainment or popular spectacle.

From its opening in 2009, a modest but interesting museum in a little village of the Icelandic Westfjords called Bildudalur tries to re-evaluate the probably less historical than communitarian or familiar importance of the sea-monster figure in Icelanders' relationship to the sea. The Sea-monster Museum is a main factor of a tourist plan being developed in this area, but its *raison d'être* exceeds this function. In the lives of the Museum's owners and the people from the village, frequent testimonies about encounters with sea-monsters have modelled in some way a conception of their territory. It is so that, behind the idea of creating a Sea-monster Museum, there is an intention to bring dignity back to an important anthropological parcel in the life experience of the Westfjords' people.

Key words

Monster, Sublime, Territory, Art, Aesthetics, Function, Iceland

Introducción

Por lo general nos divierte hablar de monstruos. Disfrutamos contemplando, dibujando o describiendo sus imágenes, convencidos de que el terror que suscitan no tiene efecto alguno más allá del ámbito de representación que los acoge, ya se trate de historieta de ficción, de parque temático o pantalla de cine. Algunas imágenes de monstruos ponen los pelos de punta, pero no son más que imágenes –se dice- a cuyos efectos no se debería otorgar demasiado interés, porque nos distraerían de las actividades serias a las que debemos dirigir nuestra atención.

Pero si las imágenes de monstruos no tienen un lugar en nuestra vida práctica, tampoco parecen haber merecido un sitio en lo que conocemos como mundo del arte. Son demasiado viscerales, demasiado afectivas o contagiosas para la actitud distanciada y reflexiva que demanda el arte elevado, a pesar de que la imagen del monstruo y la reacción de estupefacción o de terror que lleva asociada formaron parte especial del caldo de cultivo filosófico que generó nuestro concepto de arte a lo largo del siglo XVIII.

Un proyecto de investigación financiado por el Nils Mobility Project me permitió visitar los Fiordos del Oeste en Islandia y ser testigo de la relevancia que la figura del monstruo ha tenido y tiene desde hace siglos para los habi-

tantes de esta zona. Durante meses he visitado el Seamonster Museum en Bildudalur, una pequeña población de la zona, casi a diario, tratando de ubicar esa relevancia en categorías estéticas y de Arte y llegando gradualmente a la conclusión de que esas categorías debían re-examinarse para entender el lugar que el monstruo marino ha tenido en la cultura islandesa

Objetivos

Como posicionamiento inicial, esta comunicación defiende que la exclusión de la imagen del monstruo tanto de la vida práctica como de la esfera del arte es histórica, convencional e interesada, y en segundo lugar, trata de dotar de figura una imagen del monstruo que restablece su vínculo con formas de arte y de vida en las que ha sido determinante la relación entre ser humano y territorio. De antemano conviene aclarar que la reflexión que desarrollaré tiene la intención de ampliar nuestro concepto de arte, a pesar de que la perspectiva funcionalista desde la que lo convoco pueda mostrarse en disputa con el modo en que ha sido mayoritariamente entendido en nuestra tradición moderna.

Metodología

Mi interpretación funcionalista de la imagen del monstruo marino en la tradición cultural islandesa toma prestado de las aportaciones de E. H. Gombrich durante las últimas décadas del siglo XX en torno al componente convencional y el natural en la configuración y reconocimiento de la imagen (Gombrich, 1981; Gombrich, 2003). Me aprovecharé especialmente de la idea de que, aunque la correcta recepción de ciertas imágenes requiere aprendizaje y entrenamiento, la eficacia de muchas de ellas (incluido un gran número de obras de arte) se despliega, sobre todo, en habilidades adquiridas de forma natural, esto es, en habilidades que la evolución biológica ha hecho fundamentales para la supervivencia. A partir de ahí, propongo explicar la supervivencia de la imagen del monstruo marino en la cultura islandesa como consecuencia de su eficacia para proteger y fortalecer la vida práctica de las personas para las que ha tenido un rol activo.

Las aspiraciones universalistas de la gnoseología moderna han invitado a proyectar los esquemas intelectualistas que estructuran nuestra forma de entender el mundo sobre contextos y épocas en los que esos esquemas simplemente no están en vigor. El aséptico, lúdico y estéril espacio que nuestra tradición ha construido para el Arte, y para la industria del entretenimiento como su hermana bastarda, parece de pronto haber existido desde siempre. Pero funciones prioritarias de ciertos objetos han sido ignoradas cuando nuestra tradición ha tenido a bien considerarlos Arte o atracción de feria. El ámbito funcional práctico en que la imagen del monstruo marino estuvo, y probablemente ha permanecido activo hasta nuestros días, no ha contado para configurar su uso normalizado dentro de un desinteresado espacio imaginativo o ficticio.

En la articulación de ese espacio desinteresado o ficticio en que se ubicó la imagen del monstruo a partir del siglo de la Ilustración participó de forma destacada la construcción y el desarrollo de una nueva categoría estética: lo sublime. En un principio, lo sublime hizo referencia a la fuerza con la que ciertos objetos despiertan sensaciones de asombro o terror, aunque paulatinamente se instrumentalizó para apoyar uno de los ideales más importantes del pensamiento ilustrado: aquel que proclamó la salida del hombre de su servidumbre a la naturaleza y la orgullosa asunción de su capacidad de juicio. El ser humano preso de asombro o terror que intervenía en la expe-

riencia de lo sublime pasó entonces a ser considerado una especie de atractivo y exótico “otro” con respecto al moderno ilustrado. Bajo esta lógica fue entendida y puesta en relación con el concepto de lo sublime la antigua poesía islandesa y la imagen de la naturaleza que ofrecía: una naturaleza preñada de criaturas monstruosas con las que el hombre convivió en un remoto lugar de la imaginación (Lomroth, 1995). Nos aproximaremos a esta interesada narración de la tradición islandesa como antecedente claro de la pérdida de poder de la figura del monstruo en nuestra tradición que este texto persigue demostrar.

1. <Skrimslasetri•. Monstrorum locus

Desde hace tres años aproximadamente una curiosa instalación ocupa el edificio de la vieja planta enlatadora de guisantes de Bildudalur, un centro urbano de 150 habitantes en la zona de los Westfjords islandeses (Figs. 1 y 2). Cada vez son menos personas las que se sorprenden ante la idea de un museo de monstruos marinos cuando visitan la zona. La iniciativa para la creación del museo surgió a partir de la respuesta que cinco habitantes de la zona ofrecieron al proceso de replanteamiento de la actividad industrial de la zona una vez que la mayoría de las actividades que tradicionalmente se desarrollaban fueron siendo paulatinamente abandonadas. Se puede decir que el Seamonster Museum funciona como un componente

importante del plan de desarrollo turístico que se está intentando asentar en esta zona, pero su razón de ser trasciende esa función. En el desarrollo de la vida de los responsables del Museo y de la gente de los Fiordos del Oeste, habituales testimonios acerca de encuentros con monstruos marinos han modelado de alguna forma su concepción del mundo. Tanto es así, que más allá de estrategias comerciales, la idea de crear el Seamonster Museum aspira a dotar de dignidad una parcela antropológica de la experiencia vital de los habitantes de esta zona carente hasta el momento de reconocimiento y visibilidad.



Figura 1. Skrimslasetri• Bildudal. Sea-monster Museum. Bildudalur-Islandia (Fotografía del autor)

Aunque aún está en proyecto y en fase de construcción parte de las instalaciones que completarán el Seamonster Museum, el espacio expositivo principal funciona de forma autónoma y completa. Inspirado por la estética y estructura organizativa de las cámaras de maravillas o Wunderkamern de los siglos XVI y XVII, la exposición principal se estructura en torno a la presentación de un material audiovisual documental y fotográfico centrado en entrevistas a testigos de encuentros con monstruos marinos y a especialistas que reflexionan sobre la hipó-

tesis de su existencia. El material audiovisual y fotográfico está ensamblado de forma eficiente en los anaqueles polvorientos de una estantería semicircular con compartimentos para todo tipo de vestigios relacionados con los monstruos, en mecanismos de tecnología desfasada, o en instrumentos de localización geográfica futuristas que operan en un paradigma de experiencia interactivo con el espectador. Además, en el recorrido que la sala propone se interpone la presencia tímidamente iluminada de animales marinos disecados y de instrumentos de navegación que cuelgan del techo o reposan sobre alguna alfombra (Figuras 2 y 3). Todo ello se orienta hacia la elicitación para el espectador de una experiencia sensitiva y emocional extraordinaria, pero cuidadosamente fundamentada en evidencias y testimonios de tradición oral que aún perviven en las diferentes comunidades de los Westfjords islandeses.



Figura 2. Interior del Skrimslasetri•Bildudal (Fotografía del autor)



Figura 3: Detalle de la instalación central del Skrimslasetri•Bildudal (Fotografía del autor)

El Museo del Monstruo en Bildudalur cuenta con un archivo en continua construcción de relatos y testimonios que describen encuentros con monstruos marinos. El elevado número de relatos recopilados es indicativo del valor que se les asigna específicamente en esta zona de Islandia. Los relatos suelen incluir datos concretos como la fecha, lugar o identidad del testigo o testigos de los encuentros. Esos detalles tratan de probar el carácter verídico de esos relatos, pero más allá de que prueben o no la existencia de esas criaturas marinas, el valor que los hace perdurar ha de proceder del poder que las imágenes que crean tienen en la forma en que los habitantes de esta zona se relacionan con su entorno. Existen una serie de pautas que se repiten de unos relatos a otros. Las narraciones suelen dar cuenta de la interrupción del quehacer cotidiano de algún lugareño a partir de un tipo de experiencia extraordinaria, normalmente terrorífica, provocada por el encuentro con un tipo de criatura difícilmente asimilable a lo conocido. Sirva como ejemplo de ese esquema narrativo el siguiente relato extraído de los archivos de museo:

El monstruo de Fífusta•ir

Un hombre llamado Gísli que vivía en Arnarfjör•ur construyó un escondrijo en la orilla de Fífusta•adalur y allí se agazapó durante una noche para cazar un zorro. El escondrijo tenía una puerta y un pequeño orificio para disparar. Las condiciones atmosféricas eran buenas y la luna brillaba. Con el transcurso de la noche sin que el zorro hiciera aparición, Gísli se aburría cada vez más de forma que se preparó para abandonar el escondrijo. Cuando abrió la puerta y asomó la cabeza, vio un bulto con forma cuadrada sobre la arena en el borde de la orilla. Al principio pensó que se trataba de un bote volcado, pero no podía cerciorarse debido a la distancia a la que estaba.

Entonces el bulto empezó a moverse a una velocidad mucho mayor de lo que nada que hubiera visto en su vida lo había hecho. Era como si la criatura no tocara el suelo, y en cuanto vio que avanzaba hacia él, cerró la puerta y miró por el agujero de disparo.

La bestia resoplaba y jadeaba junto al escondrijo. Fue entonces cuando Gísli determinó que la horrible criatura debía ser un monstruo marino. Cuanto más lo consideraba, más aterrizado estaba y menos podía mover sus piernas y músculos. Sólo podía mirar con horrorizada fascinación la criatura que tenía ante sus ojos.

El monstruo era tan grande que alcanzaba la longitud y altura de dos caballos. Su cabeza era incluso más aterradora, con unas enormes mandíbulas capaces de engullir un hombre de un bocado. Lo peor de todo, sin embargo, era el hedor de su nauseabundo aliento que casi le hizo desmayar de disgusto.

Lo que parecía una eternidad pasó mientras el monstruo rastreaba alrededor del escondrijo. Pero, cuando Gísli había casi descartado cualquier esperanza, el monstruo se dio la vuelta y se metió en el mar de una zambullida tan grande que el agua inundó la orilla en todas direcciones.

Cuando Gísli se recuperó después de un rato, se preparó para volver a casa, pero estaba en tal estado de horror que no se atrevía a caminar por la orilla. Para evitarlo escaló la montaña a su espalda tan rápido como pudo. Al día siguiente, dos granjeros de la zona que le acompañaron a la escena de los acontecimientos aún pudieron observar las huellas de pezuñas desde la orilla del mar hasta el escondrijo, cada una ellas tan grande como un escotillón y con seis dedos en cada pata.

Gísli tardó tiempo en recuperarse de esa experiencia. Había compartido el escondrijo con otro hombre que nunca había sido testigo de algo tan inusual.

La cantidad de relatos archivados, la importancia y el celo con que se protegen y desde hace tres años se promocionan desde el Seamonster Museum demandan su puesta en relación con esquemas o paradigmas psicológicos y antropológicos de aproximación a la figura del “monstruo” firmemente arraigados en procesos civilizadores. La presencia de los monstruos marinos islandeses en un contexto funcional real, en conflicto con perspectivas que los entienden como imágenes generadas por la fantasía, demanda una toma de posición interpretativa con capacidad para rescatar sus imágenes de la poco operativa esfera de los cuentos de hadas.

2. Cave Canem - Cave Monstrum

La presencia de monstruos marinos en las costas de Islandia ha de ser razonablemente desacreditada si atendemos a metodologías científicas para el estudio de estas áreas geográficas, pero no puede infravalorarse como un factor crucial en la definición de la relación afectiva de los islandeses con esos territorios. Si dejamos que esas imágenes de monstruos operen en el ámbito libre de la imaginación o de la fantasía que nuestra tradición ha creado para ellas, nunca amenazarían la estabilidad de los métodos científicos dominantes. Pero, si asumimos que su posición marginal pertenece a una entre tantas convenciones o paradigmas científicos, otras convenciones de uso de esas imágenes surgen en las que no son apartadas, sino que son centrales para una completa comprensión del mundo.

Más aún cuando la atracción que la imagen del monstruo suscita hasta el día de hoy es coherente con la lógica que abarca el ámbito natural, biológico, en que operan ciertas imágenes.

La primera cuestión que habría que responder tras la contextualización histórica y geográfica del apartado anterior es si sería lícito o no hablar de imágenes en el caso de nuestro objeto de estudio. Si bien es cierto que se trata de una tradición eminentemente narrativa carente de elementos plásticos y de figuración gráfica, la criatura monstruosa, el elemento central de los relatos, su don más valioso, es básicamente una imagen. Se trata de un aglomerado de cualidades o percepciones sensitivas siempre imprecisas y en constante construcción. De ahí que la voluntad de archivarlos pueda ser entendida antes que como una forma de proteger una tradición cultural, como una labor necesaria para completar la imagen o las imágenes de los monstruos mientras su poder se mantiene activo.

W. J. T. Mitchell, en *What do pictures want? The lives and loves of images*, habla de las imágenes como “entidades fantasmagóricas e inmateriales que, cuando se encarnan en el mundo, parecen poseer albedrío, aura, y una “mente propia” como proyección de un deseo colectivo que no se manifiesta necesariamente a aquellos que [...] celebran o viven en la imagen misma” (Mitchell, 2005:105). Así han participado, de acuerdo con Mitchell, en la configuración de una segunda naturaleza sobre la que ciertos colectivos organizan su identidad comunitaria y proyectan sus valores. La imagen del monstruo y las narraciones en que aparece en la tradición islandesa no sólo sirven para representar o materializar los deseos proyectados de que habla Mitchell en un tono casi mágico, sino que, sobre todo, mantienen su eficacia en un contexto

funcional extendido al que inevitablemente se han remitido importantes contribuciones culturales históricamente. Ya en el texto noruego anónimo de mediados del siglo XII, *Konungs skuggsjá* o *Speculum regale*, se incluía entre las maravillas de los mares de Islandia al mismísimo Kraken y se hablaba de los monstruos que habitan los mares de Groenlandia (Larson: 1917). en su *Theatrum Orbis Terrarum* (Fig. 4), Gu•brandur •orlaksson, por ejemplo, rodeó Islandia de un océano infestado de monstruos, en una imagen que parece revelar una característica importante del modo en que se ha organizado históricamente el territorio islandés.



Figura 4. Gudbrandur Thorlaksson, *Theatrum Orbis Terrarum*

Estos precedentes históricos parecen indicar que la imagen del monstruo en tierras islandesas ha desplegado su eficacia en mecanismos que desbordan la invención eventual de un sistema de signos para identificarla y mantenerla a un nivel intelectual consciente. La pervivencia histórica de la imagen del monstruo invita a identificar funciones vitales para las que, al margen de otros usos coyunturales a los que se haya prestado, ha demostrado

ser eficaz. En “Image and code: scope and limits of conventionalism in pictorial representation”, E. H. Gombrich estima esencial para explicar las funciones de la imagen tener en cuenta condicionamientos naturales o biológicos de reacción ante ellas. Gombrich declara que “las imágenes se han usado siempre para atraer y asustar a animales”(Gombrich, 1981:20). Los señuelos y los cebos de pesca, pare él, no son sino imágenes que garantizan la reacción de otra criatura. A través de una serie de análisis de imágenes de publicidad, su argumentación demuestra plausiblemente que, en la percepción de una imagen, al reconocimiento de los convencionalismos que la configuran precede un modo de respuesta que opera de forma más rápida y que tiene que ver con mecanismos de alerta y de defensa instintivos.

Uno de los ejemplos que Gombrich escoge opera desde la misma lógica que subyace a los usos de la imagen del monstruo y que este texto persigue hacer evidente. Como para los habitantes de las zonas costeras del norte de Islandia o para Gu•brandur •orlaksson, para los antiguos romanos hubo imágenes que sirvieron para algo más que recordar o ilustrar una narración. Un famoso mosaico de Pompeya en el que hay representado un perro con dientes y uñas claramente mercados incluye la inscripción Cave Canem,

cuidado con el perro (Fig. 5). La imagen del monstruo ha servido para ilustrar un cierto acontecimiento pero, como el famoso mosaico de Pompeya, sobre todo para advertir o avisar. Para ello se ha puesto un gran interés en que la imagen del monstruo que se ofrecía fuera amenazadora y terrorífica y, si podía, incluyera dientes y garras, como la imagen del perro. Nuestra capacidad para reaccionar emocionalmente a esos detalles es mucho mayor que la que nos habilita para reconocer una estructura narrativa o un estilo de figuración y, como cuenta Gombrich, “hay pocas culturas y estilos que no saquen partido a esa forma de reconocimiento rápido en la creación tanto de máscaras amenazadoras como de conjuros protectores” (Gombrich, 1981: 20).

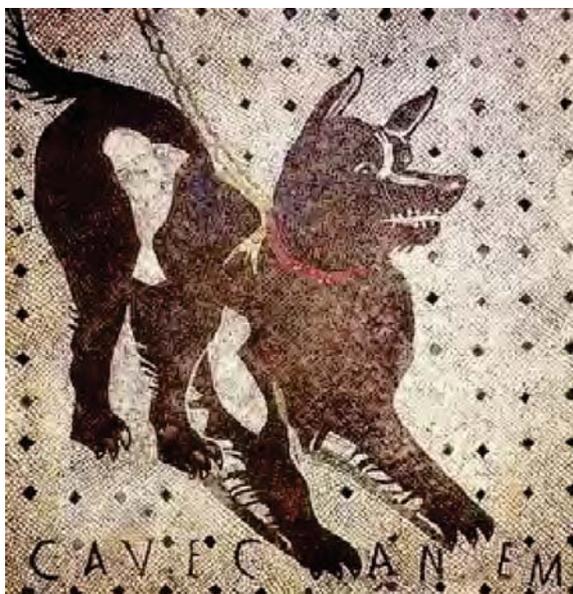


Figura 5. Cave Canem, Mosaico de Pompeya, Nápoles, Museo Nacional

Si tuviéramos que escoger entre imágenes de la antigüedad griega aquella que representara la monstruosidad por antonomasia, habría que dirigir la atención hacia una máscara: Gorgona. El magistral análisis de las funciones de su imagen para la civilización griega antigua que J-P Vernant desarrolla en La muerte en los ojos. Figuras del Otro en la antigua Grecia (Vernant, 2001) permite extrapolar la lógica que la generó en aquel momento al estudio de

la figura del monstruo marino en el contexto islandés de siglos recientes. No en vano Gorgona es hija de Forcis y Ceto, ambos criaturas monstruosas pertenecientes al océano. Mientras la relación con el otro -con el extranjero o con el niño, la mujer o el esclavo- estuvo entre los griegos ritualizado a través de divinidades como Artemisa o Dioniso, la máscara de Gorgona es la imagen del Otro absoluto del mundo civilizado griego, “aquello que se manifiesta como radicalmente distinto del ser humano: no el hombre, sino el otro del hombre” (Vernant, 2001, p. 39)). Su imagen monstruosa, el gorgoneion, fue profusamente usada en imaginería escultórica y pictórica como un poderoso mecanismo protector o defensivo. Nada cuesta entender la analogía funcional entre el mosaico antes comentado y el gorgoneion que corona la puerta de un horno, también en Pompeya (Fig. 6) Muchos han sido los estudios modernos que, centrándose en los significados que aportan las apariciones de Medusa en relatos mitológicos, han obviado que el gorgoneion, la imagen del monstruo Gorgona, su configuración como máscara frontal simétrica con ojos redondos, pelo de serpientes, barba, dientes de jabalí, boca abierta, lengua proyectada, etc.. probablemente operó en una fenomenología hic et nunc que primaba sobre su función alegórica.

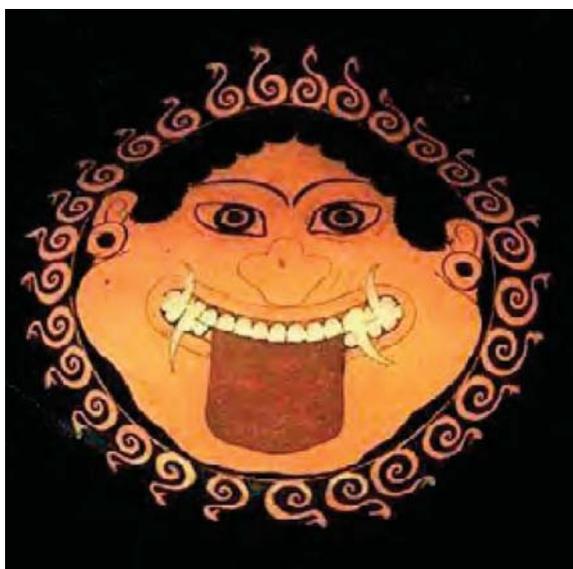


Figura 6. Medusa (Gorgoneion). Hydria ática de figura roja. Ca. 490 a.C. De Tarquinia, Italia. Museo Británico

2. Monstri Sub-Limen

Tanto nuestro concepto de Arte como el discurso autorizado para su definición –la Estética- tienen una historia breve. Ambos fueron articulados como resultado del impulso ejercido por ideales modernos de progreso, especialmente durante la Ilustración. Pinturas, esculturas, obras de arquitectura, poesía o música fueron liberadas de su servicio a poderes religiosos y políticos y agrupadas bajo un patrón idealista que privilegiaba su operatividad en un campo de experiencia reflexivo. A pesar de una inicial aproximación empirista al estudio de las sensaciones en la teoría británica del gusto, la interrelación de sentimiento, belleza y arte en el sistema filosófico de la Crítica del Juicio de Immanuel Kant estuvo mediada por condiciones de distancia que dieron lugar al modelo lingüístico de apreciación artística que nuestra tradición ha perpetuado.

Impulsada por una progresista necesidad de entender el comportamiento sensitivo del ser humano y de encontrar normas o estándares universales, la reflexión en torno al gusto estableció que la base para distinguir las

cualidades sensitivas de las cosas había de situarse en la experiencia subjetiva. La cualidad bella de las cosas dejó de depender de órdenes de proporción objetivos y empezó a vincularse al placer que distintos matices sensitivos percibidos en un determinado objeto pudieran suscitar. Fue en este contexto en el que se distinguieron otros matices de percepción estética y, entre ellos, bajo el nombre de “lo sublime”, un tipo de placer sensitivo relacionado con el terror.

Entre los siglos XVII y XVIII se materializó y usó un concepto designado con el término “sublime” que abarcaba la dimensión experimental emocional y sensitiva del encuentro con lo extraordinario y con la maravilla. A pesar de la deriva intelectual de ese concepto con su definitiva determinación filosófica en la estética kantiana, el uso del término “sublime” nunca antes había sido aplicado a un contexto tan carente de interés práctico como aquel en que, a partir de Kant, nuestra tradición lo incluiría. La relación de “lo sublime” con el terror o con lo monstruoso, por ejemplo, es vista desde el impulso esencialista del discurso filosófico moderno acerca del arte como una especie de fiebre pasajera o accidental. Arthur C. Danto, entre otros, niega que el terror tenga nada que ver con lo que en esencia define “lo sublime”. Para él, el terror no es necesario ni en la experiencia de “lo sublime” ni en la del arte en general, aunque sí tiene un “papel en el goce humano: en las historias de fantasmas, las películas de terror, los pasajes del terror en los parques de atracciones, en el entretenimiento popular, por decirlo de alguna manera.” (Danto, 2005: 217)

Hasta la llegada de la modernidad y de la construcción de “lo sublime” como categoría estética, la palabra “sublime” escasamente había sido usada como sustantivo, y cualificaba cosas elevadas, en sentido tanto literal como figurado. Ni siquiera aquellos que se interesaron en el ámbito de la teoría del gusto británica por el uso que la retórica antigua ofrecía de este término los desvincularon de fines prácticos. Edmund Burke hizo más bien todo lo contrario cuando definió la experiencia de lo sublime como una de las experiencias sensitivas o emocionales más útiles en el desarrollo del comportamiento humano.

Conviene para entender la dimensión funcional que unió durante mucho tiempo la experiencia sublime y el monstruo, ver qué nos puede aportar la etimología. En la palabra “sublime,” se puede identificar el prefijo “sub” (por encima de o sobre) y la raíz “lim” que puede referirse al “umbral” o al “límite.” Poner estas claves etimológicas en el contexto materialista o visual, conllevaría la necesidad de considerar la importancia que los umbrales de las puertas y las áreas liminales tuvieron en rituales y costumbres de culto griegos y romanos. Las áreas liminales, como zonas no identificadas o desconocidas fueron consideradas como especialmente atractivas para criaturas monstruosas o espíritus malignos. En mitos antiguos, se alojaban criaturas o divinidades monstruosas en zonas incivilizadas que lindaban con los límites del mundo civilizado griego o romano y esta creencia se ha mantenido hasta época moderna, incluso si la ciencia ha tratado de apartar la mayoría de las supersticiones que los rodean

Conclusiones

Los lugares en que aparecen los monstruos en los relatos, en que los sitúa Gu•brandur •orlaxson y aquel destinado al mosaico romano tienen mucho que decir acerca de las funciones que cumplen como imágenes. En todos estos casos la imagen detiene al espectador y define con claridad el espacio o territorio al que pertenece. La relación de los monstruos marinos con los islandeses ha debido funcionar de forma similar a ciertos usos que griegos y romanos siguieron para definir su territorio. Para los habitantes de la antigüedad fue necesario protegerse de peligros situados más allá de los lugares ya conocidos o explorados mediante el levantamiento de altares en las

zonas límite con fines apotropaicos o protectores. Hermes o Hecate eran divinidades protectoras en cruces de caminos y en espacios liminales.

La argumentación que se ha desarrollado hace visible el parentesco de las imágenes que identificaron el territorio en la antigüedad y aquellas que lo han identificado más recientemente en las costas islandesas. Guðbrandur Thorláksson concibió una Islandia rodeada por un océano lleno de monstruos alrededor de sus costas. Así como los antiguos griegos se apropiaron del poder de Gorgo mediante la configuración y uso

del Gorgoneion, los monstruos marinos islandeses también han servido a una doble función. Más allá de lo conocido de lo doméstico, los monstruos han supuesto una amenaza para los habitantes de las costas islandesas, y las leyendas existentes en torno a ellos lo confirman, pero muy probablemente también fueron creados como un medio de protección contra un posible invasor. En ambas direcciones, el poder de los monstruos marinos es claramente activo en una dimensión práctica, y esa función de sus imágenes no debería quedar oscurecida a partir de su entendimiento como criaturas fantásticas.

Referencias

- Danto, A. C. (2005). *El abuso de la Belleza. La estética y el concepto del arte*. Barcelona: Paidós
- Gombrich, E. H. (1981). *Image and code: scope and limits of conventionalism in pictorial representation,* en *Image and Code* 10-41 (Ed. Wendy Steiner). Michigan: University of Michigan
- Larson, L. M. (Tr.) (1917). *The King's Mirror (Speculum Regale-Konungs Skuggsjá)* Nueva York: Scandinavian Monographs 3. Visto en <http://www.mediumaevum.com/75years/mirror/index.html> (Fecha de la consulta 10/09/2011)
- Lömroth, Lars (1995). "The Nordic Sublime," en *Wagner's Ring and Its Icelandic Sources* 31-41 (Ed. U. Bragason). Reykjavík: Stofnun Sigurðar Nordals
- Mitchell, W.J.T. (2009). *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*. Madrid: Akal
- Mitchell, W.J.T. (2005). *What do pictures want?. The lives and loves of images*. Chicago: University of Chicago Press
- Vernant, J. P. (2001). *La muerte en los ojos. Figuras del Otro en la antigua Grecia*. Barcelona: Gedisa
- Vernant, J. P. (2001). *Mito y pensamiento en la Grecia antigua*. Barcelona: Ariel

LA PINTURA ABSTRACTA EN NUEVA YORK

Jorge Luis García Fabela

Maestro Escuela de Diseño

Universidad de Guanajuato (México)

garcia.fabela@gmail.com

Resumen

La pintura Number 5 de Jackson Pollock fue adquirida aproximadamente por 144.5 millones de dólares, es la pintura más costosa del mundo. La pintura que le sigue en venta, fue realizada por Willem de Kooning titulada Woman III con un costo de 137.5 millones de dólares. Willem de Kooning fue otro expresionista abstracto de Nueva York y amigo personal del mismo Pollock. La ciudad de Nueva York reemplazó a París como capital del arte y está posicionada como la más representativa e importante del arte actual. Este artículo es una reflexión en base a la información y experiencias

sobre la posible realidad de esta situación. Se revisan brevemente los orígenes de la pintura en Nueva York y la situación en la cual se encuentra la pintura y la plástica en la ciudad actualmente. Además de las breves reflexiones económicas, sociales, políticas y estéticas que le dan valor a su arte. El artículo es una reflexión que tiene como finalidad el saber los contenidos sobre el arte plástico abstracto que se representa como valioso en Nueva York y de diversas reflexiones estéticas acerca de la plástica en la llamada Gran Manzana.

Palabras clave

Nueva York, pintura, plástica, valor, museos, galerías

Abstract

The painting Number 5 of Jackson Pollock was acquired approximately by 144.5 million dollars, it is the costliest painting of the world. The painting that him continues in sale, was realized by qualified Willem de Kooning Woman III by a cost of 137.5 million dollars. Kooning's Willem was another abstract expressionist of New York and personal friend of the same Pollock. The city of New York replaced Paris as the capital of the art and it is positioned like the most representative and important of the current art.

This article is a reflection on the basis of the information and experiences on the possible reality of this situation. The origins of the painting are checked brief in New York and the situation in which one finds the painting and the plastic arts in the city nowadays. Besides the brief economic, social, political and aesthetic reflections that give him value to his art. The article is a reflection that has as purpose know the contents on the plastic abstract art that is represented like valuably in New York and of diverse aesthetic reflections it brings great apple over of the plastic arts.

Key words

New York, Painting, plastic, value, museum, galleries

Introducción

El presente escrito es un rápido recorrido sobre lo que ha sido la pintura abstracta en la ciudad de Nueva York.

Objetivos

Dentro de los objetivos del trabajo se explica la importancia de la cultura artística y los valores de la ciudad de Nueva York en cuanto a la Pintura Abstracta se refiere y como los diversos actores y medios que en ella han intervenido, como son los artistas mismos, los galeristas, coleccionistas, museos, patrocinadores y donadores, críticos y gobierno entre tantos otros.

Metodología

Como metodología se presenta un trabajo de investigación bibliográfica y resultados de trabajos de investigación de campo.

1. Antecedentes de la Pintura Abstracta

Las primeras manifestaciones de la pintura abstracta datan de los inicios del siglo 20. Los movimientos o escuelas abstractas que nacen en Europa son principalmente y en orden cronológico: el Rayonismo ubicado a inicios de 1909. Movimiento de los elementos relevantes: luz, color, tiempo, dinamismo. Antecede al futurismo, El Futurismo en 1909, movimiento de origen Italiano que expresa la velocidad y es representado por Giacomo Balla y Gino Severini principalmente; el Abstraccionismo Lírico representado por Wassily Kandinsky en 1910. De Stijl en 1913 que fue un movimiento geométrico primordialmente por Piet Mondrián; el Constructivismo en 1914 de tipo geométrico con Antoine Pevsner y Naum Gabo como representantes; el Orfismo, que trata de expresar analogías entre la pintura y la música siendo representado el movimiento por Robert y Sonia Delaunay; el Dadaísmo en 1916 que se caracterizó por rebelarse en contra de las convenciones literarias y artísticas con representantes en la pintura abstracta como Kurt Schwitters y Hans Arp; Suprematismo con sus intentos por reducir el arte a su más pura esencia en 1915 con el artista Málevich; el Tachismo en 1940 representado por Bissiere, Manessiere, Balzaine y posteriormente Pierre Soulages; Expresionismo Abstracto por los años cuarenta representado principalmente por Jackson Pollock, Willem De Kooning y Mark Rothko. Posteriormente al Expresionismo Abstracto se encuentra el Op Art en los años cincuenta con Victor Vassarely, y otras escuelas y corrientes artísticas más. Por ahora conviene hacer un breve recorrido por los inicios de la pintura abstracta norteamericana para conocer algunos aspectos importantes y llegar a lo que conocemos como la Escuela de Nueva York.

2. La Escuela de Nueva York

En los primeros años del siglo XX los artistas se interesan por la ciudad de Nueva York debido a la impresión caótica que producía la ciudad en ellos. Los artistas Neoyorkinos eran atraídos y admiraban inicialmente a los artistas europeos. Jackson Pollock nace en la ciudad de Cody, Wyoming en 1912. William Cody, fundador de la ciudad que lleva su mismo nombre tenía el sobrenombre de Buffalo Bill, famoso cazador de búfalos. La ciudad de

Cody se encuentra a 80 kilómetros del parque nacional Yellowstone y Jackson Pollock emigra a Nueva York en 1929. Pollock admiraba a los artistas europeos Henry Matisse, Joan Miró y a Piet Mondrián. Dentro de la misma generación de Jackson Pollock se encontraba el pintor Willem de Kooning, pintor neerlandés nacionalizado estadounidense que admiraba a Mondrian, a Ingres y Cezanne. El artista Mark Rothko, nacido en Daugavpils, Letonia también emigra hacia Estados Unidos, vive en la ciudad de Nueva York y era admirador de Miró. Estos tres importantes artistas pertenecen a una generación nacida entre los años 1900 y 1920 prácticamente. Esa primera generación de artistas era inicialmente indiferente ante la sociedad americana. La sociedad no tenía confianza en los artistas plásticos, además de que los literatos, los poetas no aceptaban bien a los nuevos pintores. Lo que era aceptado por la sociedad eran los artistas realistas y románticos influenciados por la pintura europea como el pintor estadounidense Winslow Homer y Thomas Eakins. Los nuevos pintores eran ignorados y les resultaba difícil exponer su obra. La falta de atención provocó desánimo en algunos artistas que incluso llegaron al suicidio y la imagen del artista era prácticamente la de un paria o la de una persona socialmente inferior. Los artistas de la nueva generación se dirigieron a la práctica y al libre fluir de la imaginación como lo menciona la crítica de arte Dore Ashton (Ashton, 1988). A estos artistas les entusiasmaba la ciudad que les producía una nueva visión, la visión de gran ciudad con sus altas construcciones y gran movimiento.

El barrio neoyorkino bohemio que albergaba a los literatos y a los nuevos artistas fue Greenwich Village y los artistas plásticos vivían en sus alrededores. Greenwich está situado en el bajo Manhattan, delimitado por las calles Houston, 14th Street, Broadway y el río Hudson, que en sus orígenes era una zona para la alta sociedad. A fines del siglo XIX la llegada de los inmigrantes europeos transformó el barrio. En los años 1930 las galerías de arte contemporáneo se encontraban en la 8th Street.

El radicalismo de las décadas anteriores a la de los años 40, provoca que nuevos artistas formen la nueva Escuela de Nueva York con artistas como Jackson Pollock, Arshile Gorky, Adolph Gottlieb, Mark Rothko, Clyfford Stille, Barnett Newman, William Bazotes (Ashton, 1988) entre otros. Cansados de escenas americanas fueron inspirados por las exposiciones de Picasso, Matisse, Braque y Miró. Inspirados en la abstracción, en los surrealistas y el Dadá y especialmente por obras de Kandinsky, Paul Klee y Piet Mondrian. En 1942 Peggy Guggenheim abre la galería Art of This Century, hecho que emociona a los artistas de la Nueva Escuela de Nueva York por las oportunidades para exponer y debido a que la galería se convirtió en un centro tipo café literario en el cual los artistas podían discutir acerca de los problemas estéticos. Las nuevas inquietudes artísticas conocidas como Expresionismo Abstracto expresaban más que una ideología, una actitud basada en la filosofía de la sinceridad. Las nuevas tendencias trataban de no caer en la pintura decorativa. Expresaban, la actitud de pintar, del movimiento espontáneo y rechazaba los dogmas, lo establecido. En 1942 se inaugura la galería de Peggy Guggenheim Art of this Century en la que expone por primera ocasión el artista Jackson Pollock. Peggy Guggenheim perteneciente a una familia de magnates que era coleccionista y mecenas de arte. Impulsora de Jackson Pollock. Cuando Peggy Guggenheim cierra su galería y se retira a Venecia, en 1948-49 exhibe su colección particular en la XXIV Bienal de Venecia y como parte de la colección de Peggy muestra seis obras de Jackson Pollock. Peggy escribe desde Venecia a la galerista Betty Parsons que Pollock fue considerado el mejor pintor norteamericano. Solomon Guggenheim (tío de Peggy) fue el soporte económico de su sobrina y la apoyó para que fuera coleccionista de arte moderno. Solomon Guggenheim fue un gran impulsor del arte y dejó una importante fundación que ahora se expande a varias sedes de Museos Guggenheim en el mundo como: Nueva York, Venecia, Bilbao, Berlín, Abu Dhabi. La segunda guerra mundial termina en 1945 y los Estados Unidos triunfan. Estados Unidos aparece como la

mayor potencia mundial tanto en lo económico como en lo militar y florecen las artes nuevas. Este hecho es de una importancia especial ya que convierte a Estados Unidos y en especial la ciudad de Nueva York (Manhattan) como la ciudad del arte contemporáneo. La nueva Escuela de Nueva York es la escuela de la expresión abstracta aunque los movimientos abstractos líricos y geométricos iniciaran en Europa.

Regresando al desarrollo de la pintura abstracta, Arshile Gorky, pintor armenio llegó a América y su formación tenía originalmente influencias de Picasso y Miró, las cuales abandonó posteriormente para crear un lenguaje propio basado en una mitología personal relacionada con su infancia. De Kooning dejó los espacios ordenados del cubismo para expresarse con brochazos fluidos aplicados con vigor debido a su temperamento agitado, nervioso que llevó al abstraccionismo al Action Painting, es decir a la pintura de acción conocida como Expresionismo Abstracto. Jackson Pollock, amigo de De Kooning, encontraría ese vigor para expresar su pintura cuando coloca los lienzos en el piso y se expresa por encima de ellos con sus famosos drippings o chorreados, goteados. Con Pollock importa el acto que contiene la participación corporal y síquica que se expresa rápidamente pero con buen cálculo y control. De Kooning pinta en ocasiones la figura humana femenina desfigurada por los brochazos espontáneos, figuras dolidas (Ilustración 1), con abstracciones complejas en su reducción de la figura que expresa el artista con fuerte temperamento y en otras ocasiones su expresión es completamente abstracta.



(Ilustración 1). Willem De Kooning. *Woman I*, 1950-52. New York, Museum of Modern Art (MOMA), Nueva York.

Door to the River (Ilustración 2) expresa de manera abstracta una puerta al río. Es abstracta y puede intuirse, o por medio de la percepción de la estructura de la obra, que deriva en el marco de una puerta y por lo tanto inferimos que se trata de una puerta.



(Ilustración 2). Willem De Kooning, *Door to the river*. 1960.
Withney Museum of American Art, New York.

Jackson Pollock con sus drippings (goteados) y sus splashings (arrojar la pintura) tenía otros conocimientos y experiencias sobre el manejo de las técnicas además de otra experiencia del espacio e ideas con respecto a la pintura (Ilustración 3). El poder estar encima del lienzo y no frente al caballete le permitía tener dominio técnico y podía pisar la tela, recorrerla por los cuatro lados. A Pollock le interesaban los grandes lienzos por su gusto especial hacia los murales ya que había estudiado algún tiempo con el mexicano David Alfaro Siqueiros quien tenía ciertas influencias del Futurismo italiano en sus murales.



Ilustración 3. Pintura de Jackson Pollock.

De Kooning, en su pintura parece más nervioso que Pollock. Pollock parece más controlado y poseedor de un *splashing* vigoroso pero preciso y bien calculado. Pollock y De Kooning pertenecen a una generación que está nerviosa, acelerada, inquieta por el paso de la segunda guerra mundial. El Jazz es otro reflejo inquietante de la posguerra, ritmos alterados, rápidos, música improvisada que de alguna manera se relaciona con la pintura. Dos lenguajes distintos que expresan los mismos sentimientos.

Otro pintor importante perteneciente al Expresionismo Abstracto fue sin duda Mark Rothko (Marcus Rothkowitz) nacido en Letonia (país que formaba parte de la URSS). Rothko fue un pintor más preocupado por los problemas espirituales y éticos (Ashton, 1969) y él como otros artistas se sintieron atraídos por las teorías surrealistas que definían a dicha escuela como un automatismo puro de la psique. Es decir que la espontaneidad era parte importante de su filosofía. La obra de Rothko produce una melancolía contemplativa. Los problemas éticos de Rothko se reflejan en el encargo que le hiciera el lujoso Restaurante Four Seasons del edificio Seagrams de Nueva York para unos lienzos grandes. La oferta era económicamente cuantiosa. Rothko visita el restaurante y el lujo, tal vez la vanalidad que él observaba en los comensales provocó que él rechazara la oferta. Rothko decía que el sentido de lo trágico siempre lo acompañaba y así manifestó su pensamiento hasta la inclusión de su propia decisión de morir. La pintura de Rothko pertenece al *action painting*, es decir a la fuerza gestual. La etapa final de su obra plasma superficies de color rectangulares y difusas tratando de expresar la naturaleza del drama humano universal. (Ilustración 4).



Ilustración 4. Mark Rothko. No. 5/No. 22. 1944.

Estos tres artistas mencionados pueden ser los más importantes y reconocidos con respecto a la pintura abstracta norteamericana, sin embargo hay muchos más pintores importantes como Robert Motherwell, Arshile Gorky, Franz Kline, Clifford Still, Philip Guston, Barnett Newman, Ad Reinhardt, Josef Albers, Sam Francis, Adja Yunkers, Frank Stella, incluyendo a Roy Lichtenstein en su obra geométrica abstracta, Morris Louis, Adja Yunkers y para dar un gran brinco, perteneciente a una generación posterior, Cy Tombly.

Ahora la cuestión es revisar cuales son los factores que intervienen en la importancia que representa el arte actual representado en la ciudad de Nueva York. Decía en líneas anteriores que Estados Unidos se ha considerado la primer potencia económica y de este aspecto se deriva el poder.

Nueva York es considerada la primer potencia económica y militar mundial cuyo centro de las artes radica en la ciudad de Nueva York. Artistas, coleccionistas, donadores de arte, donantes económicos, galeristas, casas de subastas del arte como Christie's y Sotheby's (originalmente inglesas), críticos, público, museos, galerías, hacen de Nueva York la ciudad del arte. El poderío económico se manifiesta y tomemos en cuenta que las grandes fortunas se encuentran en Estados Unidos de Norteamérica. El tiempo es un factor de decisión en el valor del arte. Podemos decir de manera sencilla que en el arte existen dos tipos de valor: el económico y el de cualidad de las cosas. Para considerar si el arte de Nueva York es el más importante y el que direcciona al mundo tendríamos que considerar que el arte cumple con esos dos aspectos de valor. Cuando revisamos cuales son las pinturas más valiosas económicamente (que se han cotizado más alto por sus ventas) han sido creadas por dos norteamericanos neoyorkinos: Jackson Pollock y Willem De Kooning, amigos ambos y pertenecientes a la Escuela de Nueva York y del movimiento Action Painting, es decir los Expresionistas Abstractos. Un cuadro de Pollock (Number 5) fue adquirido por 140 millones de dólares; Woman III de De Kooning fue adquirido por 137.5 millones de dólares. Sigue en la lista Gustave Klimt, Picasso, Giacometti, regresa un Picasso y le sigue el norteamericano Pop Andy Warhol. En el lugar 17 aparece una pintura de Rothko y en el catorce lo antecede un norteamericano llamado Jasper Johns. En el lugar 22 otro De Kooning. Los Van Gogh, Gustav Klimt y los Picassos también son muy valorados.

Otro factor que convierte a la cultura pictórica norteamericana contemporánea en algo tan importante han sido sus museos, las colecciones que contienen y sus donadores. Mencionábamos al Museo Guggenheim y de la familia impulsora del arte moderno, de igual manera se menciona a la familia Rockefeller entre tantos otros benefactores. También podemos mencionar al Museo de Arte Contemporáneo (MOMA), el Museo Whitney (Para artistas estadounidenses), el New Museum de arte actual, el Metropolitan Museum, y cientos de galerías (Habría que contarlas con precisión en las ediciones anuales de la revista Art in America), el Bronx Museum, Brooklyn Museum of Art. Galerías ahora tradicionales e importantes como la Leo Castelli que abrió sus puertas en 1967, que muestra y vende trabajos de artistas como Frank Stella, Richard Serra, Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg, Dan Flavin entre muchos otros. Galerías que se ubican en el sur de la ciudad y se distinguen por ser actualmente vanguardistas, como ejemplo la galería Luhring Augustine que expone artistas contemporáneos de importancia como Albert Oehlen (Ilustración 5), y que ha expuesto con anterioridad a artistas como Pablo Picasso, Jackson Pollock, Andy Warhol, Gerhard Richter y Sigmar Polke.



Ilustración 5. Albert Oehlen. *Rosa Brille*, 2006. Galería Albert Oehlen.

Los pintores abstractos Josh Smith y Albert Oehlen son de artistas actuales y reconocidos en lo que respecta al arte abstracto norteamericano.

Conclusiones

Así, la ciudad de Nueva York sorprende por su desarrollo artístico a partir de siglo XX y continúa siendo representativa del arte contemporáneo en general debido a que su escuela ha permanecido y evolucionado a través de décadas y expresan un lenguaje propio y común de su sólida cultura. Artistas, críticos de arte, coleccionistas, museos, galeristas, inversionistas y público han coincidido en otorgar a sus propias manifestaciones artísticas lo que les pertenece como sociedad y valores culturales.

Referencias

- Ashton, Dore (1988). *La Escuela de Nueva York*. Madrid. Cuadernos Arte Cátedra.
- Ashton, Dore (1969). *La Pintura Norteamericana Moderna*. Milano. Unesco Hermes.
- Baal, Jacob – Teshuva (2003). *Rothko*. Germany. Taschen..
- Block, Cor (1999). *Historia del Arte Abstracto*. Madrid. Cuadernos Arte Cátedra.
- Hess, Barbara (2004). *De Kooning*. Germany. Taschen.

Fuentes de Internet:

http://art-collecting.com/galleries_ny.htm

<http://www.artelista.com/>

<http://www.cityofcody-wy.gov/index.cfm>

<http://www.guggenheim.org/>

<http://www.infonuevayork.com/estancia.php?id=museos>

<http://www.luhringaugustine.com/gallery/>

<http://www.vivenuevayork.com/>

Para obtener más información sobre las galerías importantes se puede consultar en la página http://art-collecting.com/galleries_ny.htm

USO DEL ARTE DE LAS CIUDADES EN LAS CIUDADES. LA CIUDAD COMO SOPORTE VISUAL

Pablo M^a García Llamas

Licenciado en Imagen y Sonido. Investigador

Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Avenida de la Complutense s/n 28040 Madrid

(España) Tlfn: + 34 639841862

Email: pmgllam@hotmail.com

Javier Ruiz Sánchez

Doctor Arquitecto. Profesor Titular

Escuela T.S. de Arquitectura. Universidad Politécnica de Madrid. Av. Juan de Herrera, 4. 28040 Madrid (España). Tlfn: + 34

913366592. Email: javier.ruiz@upm.es

Resumen

La creación de textos icono-verbales exhibidos en ciudades siempre ha estado regulada, institucionalizada, con fines propagandísticos o comerciales. Cierta reciente intervención artística urbana no institucional convierte ese espacio en un soporte de expresión público y reivindicativo. Estas intervenciones de arte urbano, tanto individuales como colectivas, tienen características de contenido efímero, compitiendo con el uso institucional y publicitario con un carácter reivindicativo y clandestino. En algunas de estas obras de arte "callejero o urbano" la fotografía está muy presente. La fotografía es cada vez más importante vinculada a la generación de obras con plantillas, pegatinas y carteles; también realiza la función de registrar y difundir las obras a través de la red. La fotografía como herramienta se relaciona con dos tipos de proyectos:

Proyectos colectivos, que transforman espacios con la colaboración de sus habitantes tales como: Insideout Project (<http://www.insideoutproject.net/>), Wallpaper (<http://wallpeople.org>) que emplean la fotografía como streetart. www.escritoenlapared.com y en Madrid el primer Festival alternativo de fotografía FEA 2011 (Foto España alternativa). **Proyectos individuales**, con contenido político-social que indagan sobre la memoria depositada en los espacios, creando nuevas interpretaciones y usos de los entornos; descubren significados e identidades que han sido suprimidos y ocultados. Como ejemplos: Helnwein, Banksy, Peter Fuss, con carteles pseudo-publicitarios o técnicas de plantillas o estarcido (stencil). En estas, las imágenes suelen ser de contenido documental o alegórico.

Palabras clave

Arte Urbano, fotografía, arte efímero, plantillas, alternativo, espacio público

Abstract

The creation of icon-verbal texts exhibited in the cities has always been regulated or institutionalized with propagandist or commercial purposes. Certain non institutional urban artistic intervention transforms the space into a public medium of demand. Individual and collective urban projects have the same characteristics of ephemeral art, fighting against institutional and advertising uses from an underground nature. Some interesting street or urban art reminds of photography. It is getting more and more important as the work is being made with templates, stickers and posters; moreover it registers and spreads the works through the net.

The formal and content analysis is about two kinds of projects, related to photography as creation tool: collective and individual.

Some of the collective projects, which transform places helped by local people, are: Insideout project (<http://www.insideoutproject.net>); Wallpaper (<http://wallpeople.org>), where photography is used as street art; or, in Spain: www.escriতোenlapared.com and in Madrid: 1st Alternative Photograph Festival 2011 (Festival Alternativo de Fotografía FEA 2011).

Individual projects have political and social intentions, and inquire into memory, making new meanings and uses of the environment. They reveal purposes that have been abolished and hidden, such as in Helnwein, Banksy and Peter Fuss, with the use of almost advertising posters and stencil technique. Here, photography is usually used in a documental or allegorical way.

Key words

Street Art, Photography, ephemeral art, underground, stickers, institutional, public space

Introducción

La creación de textos icono-verbales exhibidos en los espacios de las ciudades, de los barrios, siempre ha estado regulada, institucionalizada, con fines propagandísticos o comerciales. La imagen fotográfica ha sido esencial en la creación de estos textos, ha formado parte indisoluble del espectáculo publicitario. En respuesta a la utilización del espacio urbano por las instituciones, empresas comerciales, etc, a partir de la segunda mitad del siglo XX, los muros, sus paredes, suelos, carteles institucionales, señales de tráfico, etc, están siendo convertidas en soportes para responder a este espectáculo con espectáculo, siendo soportes de un arte urbano de vanguardia o, utilizando la terminología del profesor Javier Abarca “Arte público independiente”, que define como: “las formas de arte público que suceden por iniciativa del artista, sin permiso ni control alguno, y cuyos frutos son abandonados a su suerte”¹. No hay una pretensión en la ocupación de este espacio público o privado de permanecer como algo duradero, como parte de las obras con vocación eterna conservadas en un museo, dado que la deslocalización de estas obras reduce todo el impacto al separarlas de la cotidianidad, que aquí es el objetivo. Ello no impide que en algunos casos se haya robado los muros para exhibir las obras en galerías o se haya irrumpido en ellas de una u otra forma. Aquí se trata de convertir el espacio urbano en un espacio urbano fuera de las estructuras formales de control, lo que algunos definen como “zona autónoma temporal (TAZ)”: “La TAZ es una forma de sublevación que no atenta directamente contra el Estado, una operación guerrillera que libera un área de tierra, de tiempo,

1 V. Javier Abarca.

de imaginación y entonces se autodisuelve para reconstruirse en cualquier otro lugar o tiempo, antes de que el Estado pueda aplastarla”².

Se trata de una forma artística con vocación de vanguardia, en el sentido casi militar de la palabra, con una finalidad de producir un impacto concreto, con motivos gráficos que están muchas veces imbricados en la imagen del mundo mediatizadas por nuestra cultura y experiencia, pero manipulados. Internet ha generado la posibilidad de acceso del espectador a las obras y un intercambio de comunicación e interpretación a través de las páginas webs o blogs de los autores. La red así permite la experiencia indirecta o no presencial de las obra. En las páginas webs además se permite intercambio, opiniones para la interpretación de las obras del autor o espectadores o el posible impacto que busca el autor en el espectador, incluso creando auténticos y explícitos manifiestos sobre los procesos creación.

La fotografía enlaza con ciertas tendencias de este arte urbano y en concreto en su evolución al llamado llamado postgraffiti³, con una serie de características tales como que se trata de un arte indicial (la huella como contenido) y de posible y benjaminiana reproductibilidad mecánica, al utilizar herramientas como las plantillas, el cartel y las pegatinas, que muchas veces son imágenes fotográficas o provienen de imágenes fotográficas generadas por los medios de comunicación más o menos alteradas.

La fotografía pasa de este modo a ocupar un lugar relevante en la intervención del espacio urbano, debido a que es un medio fácil de interpretar, reproducir, difundir, alterar, integrar y transferir a una pared, suelo, cubierta o tejado, mobiliario urbano, etc.

G* , un artista parisino manifiesta : “Las calles de la ciudad rebosan de imágenes fotográficas, pero en su mayoría son comerciales de productos de consumo y anuncios. [Proponemos] un medio de comunicación capaz de luchar contra la globalización con las mismas armas.”⁴

Un grupo destacado en esta lucha de contrainformación es el frente de liberación de vallas publicitarias, billboard liberation front, que llega a publicar un manual sobre “el arte y la ciencia de la mejora de las vallas publicitarias “. Se trata de llevar a cabo la realización de una contrapublicidad o una publicidad diferente, diferente en todos sus aspectos, de producción y objetivos, pero capaz de ser confundida con la institucional al compartir aspectos formales y soportes. En Madrid destaca el trabajo de artistas o activistas como Spy, y la intervención en las señales de tráfico, alterando las relaciones en el espacio urbano donde se encuentran, o convirtiendo un edificio en soporte y palimpsesto a través de textos que crean relaciones de contradicción entre texto y soportexto.

2 Hakim Bey. “La zona temporalmente autónoma”. <http://lahaine.org/pensamiento/bey.htm>. Traducción de Guadalupe Sordo.

3 “A diferencia de los graffitistas, los postgraffitistas usan un lenguaje abierto y se dirigen al público general”. Javier Abarca, en Revista Estudios de Arte, 15 / junio de 2011

4 Francesca Gavin. Creatividad en la calle. Blume, Barcelona 2008.



Los autores procuran permanecer en el anonimato con nombre seudónimos tales como Spy, Sr.x, y cuando son registradas las intervenciones en video o fotografías el autor o los creadores en la elaboración de sus obras ocultan su rostro. Forma parte de la no intención de permanencia, de la no búsqueda de una diferenciación entre el arte y la vida; la fotografía pasa a un soporte ocupado por la imagen publicitaria para sumergirse en lo cotidiano de los lugares de tránsito por el espectador. La difusión y permanencia de estas obras se encuentra en su registro en la red en las que se documenta su instalación y, lo que es también significativo, su posterior evolución e incluso deterioro. Muchas veces estas páginas web son una prolongación del espacio urbano donde se ha realizado la intervención. Son el muro virtual de estos espacios.⁵

Fotografía y Arte Urbano

La fotografía en esta forma artística es empleada de tres formas básicas:

i. Registro del Arte Urbano

La fotografía como registro documental de la acción, convirtiendo la pantalla en una prolongación virtual del entorno urbano. Hay diversas formas de mostrar los trabajos, la más habitual es en las páginas tipo <http://www.flickr.com>, redes como facebook, fotolog, etc en formato de tiras (photostream), e incluso en algún momento simulando recorridos con pies de foto siguiendo y analizando el impacto sobre el espectador urbanita .

El canadiense Roadsworth llega a escribir lo que piensa una mujer al recorrer las calles donde ha llevado a cabo sus intervenciones mientras va a la compra, mostrándonos el paisaje urbano intervenido a través de una serie de imágenes en línea, sin espacio entre ellas, como si nosotros mismos espectadores en pantalla realizáramos el recorrido. Mientras recorremos las imágenes un texto en cursiva nos remite a las intenciones sobre el /*espectador (mujer) que tiene el autor. <http://roadsworth.com/main/index.php?x=page&title=STATEMENT>

⁵ Páginas de información sobre las intervenciones del streetart y su difusión como <http://www.escrioenlapared.com>,

La página web de Javier Abarca sobre su instalación pifostio <http://www.javierabarca.es/pifostio/>, se recorre como si de un muro en realidad se tratase; la instalación consta de 700 fotos que se recorren en vertical. El registro de su intervención en el espacio urbano no compres <http://javierabarca.es/nocompres/indice.htm>, presenta las imágenes en líneas fotográficas sobre fondo blanco, siendo en este caso una prolongación de la exposición o del muro.⁶

Hay páginas web dedicadas exclusivamente a difundir intervenciones de distintos colectivos consiguiendo difundir la obra a nivel global y enfatizando el anonimato, despersonalizando al autor, desindividualizándolo, coordinando trabajos simultáneos y publicando manifiestos. Así <http://www.woostercollective.com>, que se define como una celebración del arte callejero y su labor es difundir el arte efímero en general. En relación al graffiti hispano es interesante <http://www.positivos.com> creada por el artista Silo, que dispone hasta una aplicación generadora de textos graffiteros.

ii. Manipulación de fotografías.

Partiendo de fotografías propias o ajenas, más o menos modificadas y a veces pasadas a plantillas, se trata de la elaboración de diversos montajes o, en algunos casos, incluso de la modificación de fotografías preexistentes en el entorno urbano en forma de anuncios, por ejemplo. La herencia del fotomontaje en sus diversas modalidades, la influencia del pop art y las continuas citas a los mensajes icónicos generados por los medios de comunicación sin citar las fuentes la mayoría de las veces, generan unas imágenes fácilmente transferibles a los muros con la utilización de la técnica del estarcidos (plantillas o stencil⁷) y realización de pegatinas. Banksy, Obey, entre otros, utilizan imágenes periodísticas en muchos de sus fotomontajes, trasladándolas directamente a los muros o imprimiendo carteles reproducibles.



6 Javier Abarca es artista e investigador. Imparte desde 2006 una asignatura anual sobre arte urbano para la Universidad Complutense de Madrid en la Facultad de Bellas Artes de Aranjuez.

7 “Un bote de 400 ml de pintura te permite imprimir más de 50 plantillas”. Consejos para pintar con plantillas. Banksy 2006.



Imágenes de Banksy en <http://www.banksy.co.uk>

El caso del éxito de Banksy le ha integrado al mercado del arte, eliminando parte del mensaje provocador o evocador de las calles y la utilización de las paredes, con las consecuencias de alteración del proceso.



Fotografía ©Pablo María García Llamas

En España, relacionado con este tipo de intervención, están los trabajos de SPY en Madrid (<http://spy.org.es>) y el sr. x en Gijón (stencilsrx.blogspot.com/).

Otros autores o colectivos combinan estas técnicas con la alteración de imágenes institucionales o comerciales situadas en el entorno urbano, como son las fotografías o mensajes de las vallas publicitarias generando contra-información o contrapublicidad. El más destacado es el ya citado colectivo BLF (uno puede encontrar instrucciones para alterar las vallas publicitarias en *The art & Science of Billboard Improvement*⁸ y *Redressing the imposition the Public Space*).

Muchos de estos trabajos son hiperrealistas o se aproximan a ello, reescalando imágenes fotográficas como en el trabajo de Jorge Rodríguez Gerada⁹ que, partiendo de fotografías, hace murales gigantescos en carboncillo que desaparecen bajo las condiciones climáticas, siendo así muy limitada su duración o, con materiales más duraderos y realizando homenajes a trabajos anteriores, como es el mural realizado por el colectivo NTG (no touching

8 <http://www.billboardliberation.com/mission.html>

9 <http://losvaciosurbanos.blogspot.com/2011/06/jorge-rodriguez-gerada-muros-calles-y.html>

ground) que, partiendo de una fotografía, crea un valla publicitaria y, en este caso, sí citan la fuente de la fotografía con la que han trabajado.



<http://www.jorgerodriguezgerada.com>



Mural inspirado en una fotografía de Kyle Johnson, y que es un homenaje al trabajo de Joseph Beuys, utilizando una paloma en vez de un coyote.

iii. La fotografía impresa como mural callejero.

Es este caso se trata de la utilización de la fotografía generalmente pegada sobre los muros, techos o suelos de las calles. Para ello se crean grandes murales fotográficos cualificando los espacios donde son colocadas, incluso algunas veces desvelando significados ocultos o velados.

Las instalaciones de este tipo suelen surgir de dos tipos de proyectos:

Proyectos colectivos, que transforman espacios con la colaboración de sus habitantes mediante la generación de imágenes en la que ellos son los protagonistas o ellos mismos las generan.

Así, Insideout Project (<http://www.insideoutproject.net/>), proyecto a nivel global del artista J.R que ya realizó otros proyectos a través del colectivo 28 mm como facetoface. En facetoface realiza una serie de fotografías con un objetivo de 28 mm (angular), lo que supone una distorsión de la imagen-retrato, que, combinado con el blanco y negro, la gran ampliación de la imagen y la pegada sobre un muro gris, consigue un gran impacto gráfico. En este caso, en el muro de conflicto, el espectador se sumerge en la obra y es capaz de “atravesar el muro”. Los retratos son primeros planos cortos de palestinos e israelíes que tienen la misma profesión o estatus social, lo que permite traer a colación mensajes más intensos.



Fotografías © Pablo María García Llamas

En el proyecto Insideout Project, lo colectivo se basa en que el artista no realiza la captación de las imágenes ni su colocación pero sí controla la impresión; en la página web se pueden ver trabajos realizados en el proyecto a nivel global. Es significativo como tema el de la identificación del retrato fotográfico como un mensaje de identidad personal y cómo el trabajo se puede realizar tanto de forma individual como colectiva.

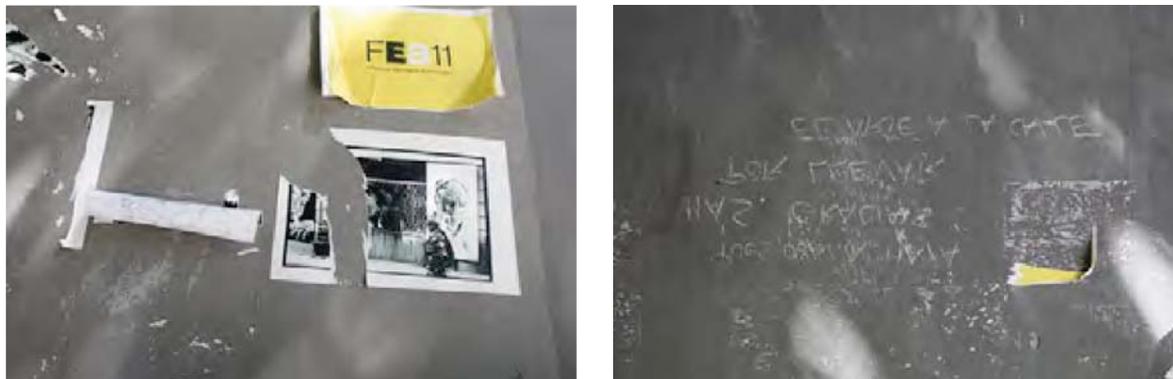
Otras ideas de instalación son las realizadas por la asociación Segoviafoto. En su misma página web se explica como obtener el póster, pegarlo e incluso hacer el pegamento.



Fotografías © Pablo María García Llamas

www.wallpeople.org es un colectivo que crea muros fotográficos en 20 ciudades y de forma simultánea. Son autores anónimos con obra efímera y con un registro en la web para su seguimiento.

Se definen como: “Wallpeople es un proyecto de arte colaborativo que invita a las personas a crear, a divertirse, a ser parte de un momento único en un espacio urbano determinado, con la intención de componer una obra callejera irrepetible y hecha por todos”¹⁰. En su obra se impone un límite de tamaño sin restricción de contenido FEA11.



En Madrid ha surgido FEA11, festival de fotografía alternativa, cuyo logo copia al PHE de la oficializada FotoEspaña, y que es el acrónimo de fotoespañalalternativo. En su primer manifiesto destaca que la fotografía es de todos y para todos y por eso ha de salir a la calle: “Primer Festival alternativo de Fotografía Española (FotoEspañalalternativa), cuya finalidad es ofrecer un espacio a todos los fotógrafos que deseen mostrar sus obras sin necesidad de pasar los filtros impuestos por el oficializado mundo del arte”. Hasta ahora han pegado las fotos en cuatro sitios diferentes de Madrid centro y se les puede seguir en el blog <http://fotografiaalternativa-fea.blogspot.com/>

. Las fotografías son impresas en tamaño folio, conformando un granretrato formado por un collage de 20 folios. La impresión es desigual y los contenidos son variados. Las imágenes se han pegado sobre muros que no son conflictivos y en el conjunto predomina el retrato documental.

Proyectos individuales, con contenido político-social que indagan sobre la memoria depositada en los espacios, nuevas interpretaciones y usos de los entornos. Muchas veces se trata de descubrir significados, identidades que han sido suprimidos y ocultados.

Fotografías documentales

Joan Tomas usa imágenes tomadas en el barrio de Sant Pere, donde se realizan 103 retratos que son exhibidos en el propio barrio confrontando el sentido de permanencia de los vecinos con lo efímero de la instalación.



<http://www.joantomas.net/demo/ret14/ret14.php?col=coll4&foto=1>

10 <http://wallpeople.org/index.php/que-es-wallpeople>

Fotografía Metafórica o política.

Un personaje destacado es el austriaco Helnwein, con la elaboración de grandes murales que se llevan a cabo imprimiendo fotografías propias sobre grandes lienzos y vinilos.

Son series de imágenes de gran formato situadas en espacios y ciudades donde se han producido hechos históricos, como la instalación llamada Novena noche de Noviembre, en Colonia, formada por una serie de retratos de niños en primer plano, blanco y negro remitiendo al exterminio de niños discapacitados .



http://hispano.helnwein.com/presse/selected_articles/artikel_3825.html

En la ciudad de Waterford, Irlanda, realizó una instalación de fotografías en color, llamada The last child, donde se provoca al espectador sobre la visión del dolor y el sufrimiento.



http://hispano.helnwein.com/werke/aktionen/bild_3145.html

Conclusiones

En la utilización del espacio urbano como soporte de expresión alternativo, en las intervenciones artísticas del llamado Street Art, la fotografía se ha convertido en una herramienta emergente, a veces indispensable. La fotografía ya no se limita a labores subsidiarias como es la difusión y el mostrar los trabajos e intervenciones realizadas en la calle (función que puede cumplir y va progresivamente cumpliendo el video), sino que, como ocurre en los textos publicitarios, ocupantes máximos de lo visual en la calle, es un elemento fundamental en la obra comunicativa realizada.

Esto es debido, desde nuestro punto de vista, a dos razones fundamentales:

1. El surgimiento de la fotografía digital de bajo coste, lo que facilita la obtención de imágenes y su rápida difusión en la redes comunicativas, virtuales y sociales.
2. La facilidad de impresión, y posibilidad de creación de fotografías a grandes formatos, vallas publicitarias alternativas, copias a papeles de bajo gramaje o en soportes resistentes como el vinilo, etc. Ello permite desarrollar proyectos globales que implican a nivel local y global poder modificar los espacios urbanos y su iconosfera dominante.

Referencias

- Ades, Dawn.(1976). Fotomontaje. Gustavo Gili. Barcelona
- Banksy (2006). Banksy. Wall and Piece. Century. Londres.
- Benjamín, Walter (2010). La obra de arte en la época de su reproducción mecánica. Casimiro, Madrid (orig. alemán 1935).
- Debord, Guy (2000). La sociedad del espectáculo. Pre-textos. Valencia (orig. francés 1967)
- Doelker, Christian.(1982). La realidad Manipulada. Gustavo Gili. Barcelona.
- Freun, Gisèle (2001). La fotografía como documento social. Gustavo Gili. Barcelona.
- Gavin, Francesca (2008). Creatividad en la calle. Nuevo arte underground. Blume. Barcelona.
- Helnwein (1997). Helwein. Köneman. Hamburgo.

Paginas web (consultas 2011)

- <http://hispano.helnwein.com>
- <http://www.aacadigital.com>
- <http://www.artnet.com>
- <http://www.banksy.co.uk>
- <http://www.jorgerodriguezgerada.com>
- <http://www.joantomas.net>
- <http://www.javierabarcas.es>
- www.escribioenlapared.com
- <http://www.positivos.com>
- <http://spy.org.es/>

Páginas de proyectos colectivos.

- <http://wallpeople.org>
- <http://streetarturban.blogspot.com>
- <http://www.segoviafoto.es/2011/04/10/proyecto-%E2%80%9Cinside-out%E2%80%9D-grupo-de->

accion-segovia/

- <http://www.insideoutproject.net/>
- <http://www.woostercollective.com>
- <http://fotografiaalternativa-fea.blogspot.com/>

CREACIÓN DE IMÁGENES URBANAS: LA ARQUITECTURA EN EL ESPACIO CINEMATOGRAFICO

Ángel sancho Rodríguez

Doctorando

Facultad de ciencias de la información. Universidad complutense de madrid. Dirección completa

Madrid :C/ Vallehermoso nº 55 1º exterior izquierda (España) CP 28015 Tlfn: 678729095 Email:

angel.sancho@hotmail.es

Resumen

Desde sus orígenes hace más de un siglo, el cine ha empleado una enorme variedad de medios para revelar elementos de cultura, arquitectura, corporalidad e historia en la descripción de las ciudades. Las imágenes urbanas que nos han transmitido los cineastas han influido y determinado nuestra percepción de la ciudad -tanto de sus diferentes momentos históricos como de la relación de sus habitantes con ella- siendo el cine en gran medida responsable de cómo hoy en día imaginamos, creamos y recordamos la ciudad.

Por otra parte, existe otra arquitectura en los filmes. Esta arquitectura está constituida por la elaboración de toda una puesta en escena, elegida por el director de arte y el propio director de la película, que tiene como consecuencia una construcción de la realidad a la que podemos considerar arquitectura. Es decir, la puesta en escena supone la construcción de decorados, maquetas representativas de un espacio urbano determinado o la elección de espacios naturales incluidos en la ciudad. En este último caso seleccionar un tipo de lugares urbanos supone la construcción de una determinada realidad que es completada por el ritmo del filme, por su iluminación, por la narración realizada, etc. Por esta razón debemos indicar que aunque se capten con la cámara ciudades conocidas, la elaboración de todo el proceso filmico produce la creación de una ciudad nueva, una ciudad que es el resultado de la visión que el propio director de la película tiene de un espacio urbano. La asimilación y reflexión de la ciudad por parte del artista produce una nueva realidad subjetiva ofrecida por el director del filme.

Estas ideas nos hacen pensar que existe una arquitectura del cine, sin embargo en este análisis, nos detendremos, sobre todo, en los espacios urbanos reales existentes en las películas. Se trata de estudiar la ciudad y su arquitectura a partir de una serie de filmes seleccionados.

También podemos aportar una comparación entre el espacio arquitectónico y el espacio cinematográfico. En el caso del espacio cinematográfico debemos señalar que a partir de una imagen plana, percibimos una porción de espacio en tres dimensiones muy similar al espacio real en el que vivimos. Por tanto, el espacio cinematográfico se crea incluyendo una sensación ilusoria de la tercera dimensión, es decir, nuestra percepción reacciona ante la imagen fílmica como ante un espacio real y, sin embargo, nos encontramos ante la representación realista de un espacio imaginario que nos parece percibir. Una característica fundamental de la imagen fílmica es la bidimensionalidad del espacio que ofrece el soporte. La imagen, ya sea manual o mecánica, se caracteriza por utilizar un espacio de dos dimensiones para materializarse. Incluso aunque el filme estuviera rodado en formato estereoscópico, la tercera dimensión creada no es verdadera, pues los elementos captados por la cámara no tienen volumen real. En cambio el espacio arquitectónico permite introducirnos en el mismo sin más. La tercera dimensión de la arquitectura es absolutamente real.

Palabras clave

Cine, espacio fílmico, arquitectura, urbanismo, imagen, Berlín Sinfonía de una gran ciudad

Introducción

Comenzaremos analizando la relación existente entre cine y arquitectura, estableciendo sus vinculaciones en la formación de los espacios fílmicos. Efectivamente, el cine incluye en la creación de espacios formasarquitectónicas y urbanísticas que constituyen escenarios. Sin embargo el espacio fílmico, aunque esté basado en un entorno real, es una ficción. No es una realidad, sino una obra ficticia que el poder creador de un director ha producido a partir de un elemento existente en la realidad o creado para ese fin. En este sentido, también indicaremos algunas diferencias existentes entre el lenguaje cinematográfico y el arquitectónico, partiendo de la mencionada premisa fundamental: la arquitectura produce elementos reales y el cine crea elementos ficticios.

Una parte fundamental de este trabajo se centra en el interés que han experimentado los realizadores desde los inicios del cine por la ciudad y sus elementos. La fascinación por los paisajes urbanos ha llevado a multitud de directores a captarlos con la cámara y a convertirlos en objeto fílmico e, incluso, a dotarlos de capacidad actorial. De la ciudad interesan múltiples elementos: su estructura, arquitectura, urbanismo, los ciudadanos, el ritmo, el transporte, la velocidad, la vida nocturna, etc... Todo ello queda plasmado en unos documentos fílmicos que suponen la visión subjetiva que los directores de cine tienen de la metrópoli. En esta investigación analizaremos Berlín, Sinfonía de una ciudad como fuente de información y modelo de análisis de especial relevancia para obtener un mayor y mejor conocimiento sobre las grandes ciudades de esta época. A través de este filme podremos establecer un caso paradigmático de creación de imagen urbana, a partir de una ciudad captada con la cámara de cine. Este concepto nos presenta una idea de ciudad que abarca una extensa área geográfica: desde el centro o núcleo histórico hasta los grandes suburbios conectados por medios de transportes cada vez más rápidos. Pero la gran urbe también representa el multiculturalismo, el ocio de los ciudadanos, el centro del poder político y económico clásico que ahora se extiende a lugares muy distantes de estos núcleos urbanos. El urbanismo y la arquitectura de la ciudad nos muestran cómo las características antes referidas (aspectos sociales, económicos, culturales y artísticos) van conformando desde su estructura hasta sus edificios. Éste será el análisis fundamental de la investigación: estudiar la ciudad, su arquitectura y cómo acaba siendo objeto fílmico de unos documentales que poseen una finalidad más experimental y artística que de reportaje informativo. Por lo tanto, la ciudad se convierte en el tema central de una auténtica obra de arte (Berlín, Sinfonía de una ciudad), como hasta entonces lo habían sido otros lenguajes de expresión artística como es la pintura.

Trataremos de realizar la investigación otorgando gran importancia al análisis y a la reflexión de las fuentes bibliográficas, es decir, desde qué puntos de vista se ha tratado nuestro objeto de estudio, comenzando con aquellas obras que han unido cine, urbanismo y arquitectura, para, posteriormente centrarnos en el estudio del espacio fílmico, es decir, el creado a partir de varios fragmentos que reunidos dan la sensación de un espacio unitario. Para ejemplificar todo ello, nos centraremos en el filme Berlín, Sinfonía de una ciudad. Por último, trataremos de ofrecer algunas conclusiones al trabajo realizado.

Objetivos

El objetivo de partida de este trabajo nos llevará a otras líneas de investigación que, en parte, hemos tratado de analizar en esta investigación y otras podrán desarrollarse en trabajos posteriores. Este primer objetivo es el siguiente:

- Realizar un acercamiento al proceso de creación de imágenes urbanas en el cine, teniendo en cuenta que todas ellas surgen de la visión subjetiva que el director del filme tiene de la ciudad. En este sentido, será de gran relevancia investigar cómo un director de cine o de arte organiza los escenarios de una película para conformar el espacio fílmico.

Los objetivos específicos de este trabajo parten del propósito inicial expuesto:

- Análisis del filme *Berlín, Sinfonía de una gran ciudad*, intentando demostrar la originalidad e importancia de la perspectiva de la ciudad que nos ofrece en particular este filme.

- Estudiar el espacio fílmico de películas que incluyen paisajes urbanos en sus planos, realizando una comparación entre los espacios fílmicos y arquitectónicos/urbanísticos.

- Analizar las distintas utilidades que el cine otorga a la arquitectura y al urbanismo. A partir de estas líneas maestras esperamos conducir nuestra investigación, intentando contrastar tales afirmaciones a través de los métodos de análisis señalados en el punto referente a metodología y apoyándonos en la bibliografía de referencia que utilizaremos.

Metodología

En este trabajo de investigación, en un primer nivel, intentaremos partir del análisis de los contenidos visuales (*Berlín, Sinfonía de una ciudad*) a través de métodos tales como el estudio de la narrativa y el lenguaje visual de la obra, labor que servirá para introducirnos en la imagen. La vinculación entre arquitectura y cine que tratamos en nuestro trabajo exige esta forma de investigación.

En un segundo nivel trataremos de realizar una descripción sistemática y exhaustiva del espacio cinematográfico y su vinculación con las formas arquitectónicas y de ingeniería civil, estableciendo un análisis comparado entre estos dos lenguajes artísticos, que nos llevará a centrarnos en los aspectos comunes y en los diferenciales del cine y la arquitectura.

El filme *Berlín, Sinfonía de una ciudad* ha sido escogido por captar Berlín, ciudad considerada como paradigma de la metrópolis de entreguerras. Con esta película trataremos de ejemplificar cómo un realizador de cine convierte una ciudad en protagonista de su película. En este sentido, a partir del análisis de los planos de la película se puede obtener información sobre la ciudad de Berlín durante el período de entreguerras. Por lo tanto, utilizaremos un método de razonamiento inductivo que nos lleva a extraer conclusiones en un plano general, que relaciona la ciudad y su urbanismo con el cine y el arte del momento, partiendo del análisis de los planos de documentales sobre una ciudad de los años 20.

Para acotar nuestro objeto de estudio seguimos el siguiente desarrollo: Dentro de la tipología de documentos visuales denominados *Sinfonías de Ciudades* distinguimos las películas que tienen por objeto fílmico las grandes

ciudades de las que captan otro tipo de ciudad. Acotando más el objeto de estudio realizamos una labor de selección que implica ceñirnos a Berlín, Sinfonía de una gran ciudad como película paradigmática del grupo de películas catalogadas como Sinfonías de Ciudades. Berlín nos sirve como la gran metrópoli representativa del momento, es decir, una gran urbe que contiene una mayor variedad y riqueza cultural y urbanística. Se trata de una gran ciudad que ofrece la posibilidad de estudiar cómo eran las características fundamentales de la vida urbana del momento.

Estos análisis nos ayudarán a conformar la fisonomía urbana de las ciudades. Todo esto deberá ser comprobado a través de las obras de referencia consultada, que nos deberá servir para guiarnos por el camino correcto consistente en la verosimilitud de las conclusiones expuestas tras realizar el trabajo de investigación. En este sentido nuestra investigación se basará en el análisis de contenido apoyado en obras de referencia justificadas e indispensables para la elaboración de textos científicos.

Este repaso sobre la bibliografía que se refiere al tema que nos ocupa se basa en la técnica de investigación denominada análisis de contenido. Se trata de una técnica que nos permitirá estudiar en profundidad cualquier obra de la comunicación humana. En general, puede analizar cualquier tipo de documento oral o escrito a través de esta técnica de investigación. El análisis de contenido consiste en la recogida de información, una lectura que debe realizarse según el método científico. Lo característico del análisis de contenido que lo distingue de otras técnicas de investigación en ciencias sociales, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente la observación y la producción de los datos con su interpretación y análisis.

Objetivo, científico, sistemático son las características que definen la técnica del Análisis de Contenido. Respecto a estos conceptos existe cierta unanimidad entre los autores que estudian este procedimiento de investigación a la hora de utilizarlos para definirlo.

1. <Cuerpo del texto – Título de nivel 1 >

Desde sus orígenes hace más de un siglo, el cine ha empleado una enorme variedad de medios para revelar elementos de cultura, arquitectura, corporalidad e historia en la descripción de las ciudades. Las imágenes urbanas que nos han transmitido los cineastas han influido y determinado nuestra percepción de la ciudad - tanto de sus diferentes momentos históricos como de la relación de sus habitantes con ella- siendo el cine en gran medida responsable de cómo hoy en día imaginamos, creamos y recordamos la ciudad. Existe, por tanto, una compleja relación entre el cine y el paisaje urbano. Esta afirmación puede comprobarse tanto en la cinematografía europea como en la japonesa, dos culturas fílmicas que están estrechamente vinculadas y que han utilizado ampliamente imágenes urbanas.¹

La llamada ingeniería civil puede ser escenario de la acción y protagonista del argumento de un filme, aprovechando la carga simbólica que destilan estas obras que conforman parte de la estructura urbana. Desde otro punto de vista, la obra civil se ha inmiscuido en el lenguaje cinematográfico y ha aportado nuevas posibilidades de expresión. Desde esta perspectiva, una obra civil puede conformar el subtexto, el texto o la estructura de una película. El cine ha utilizado de múltiples formas a la obra de ingeniería, llegando a dotarla de capacidad actoral. Además, ha acompañado a la evolución de la ciudad a lo largo de sus más de cien años.

1 Barber, S. (2006) Ciudades proyectadas: cine y espacio urbano Barcelona: Gustavo Gili pp. 12-15

Por lo tanto, los cambios estructurales en la ciudad han sido retratados en el cine desde su origen. La ya mencionada capacidad actorial de la arquitectura en el cine y, en particular la ingeniería civil, supone un elemento fundamental en multitud de películas de la década de los años 20. Esta década fue determinante en la relación existente entre cine y ciudad, debido a la fascinación que muchos cineastas sentían por la metrópoli moderna por su prosperidad y su ritmo vibrante. La ciudad se convierte en protagonista de las películas al constituirse como elemento transformador de los personajes. En este ámbito urbano se relacionan y desarrollan, en definitiva, sus periplos vitales que no tendrían ningún sentido fuera de este contexto urbano.²

Los años 20 fueron clave para que se diera el paso definitivo de considerar a la ciudad como actor de película. Desde entonces sus calles serán retratadas en multitud de planos, que suponen una prueba de la importancia que tiene para que los personajes interactúen. Esa fascinación por la ciudad convertida en metrópoli llevará a presentarla como protagonista indiscutible del film, como es el caso de las *Sinfonías de Ciudades*.

Por otra parte, existe otra arquitectura en los films. Esta arquitectura está constituida por la elaboración de toda una puesta en escena, elegida por el director de arte y el propio director de la película, que tiene como consecuencia una construcción de la realidad a la que podemos considerar arquitectura. Es decir, la puesta en escena supone la construcción de decorados, maquetas representativas de un espacio urbano determinado o la elección de espacios naturales incluidos en la ciudad. En este último caso, seleccionar un tipo de lugares urbanos supone la construcción de una determinada realidad que es completada por el ritmo del film, por su iluminación, por la narración realizada, etc. Por esta razón debemos indicar que aunque se capten con la cámara ciudades conocidas, la elaboración de todo el proceso filmico produce la creación de una ciudad nueva, una ciudad que es el resultado de la visión que el propio director de la película tiene de un espacio urbano. La asimilación y reflexión de la ciudad por parte del artista produce una nueva realidad subjetiva ofrecida por el director en su película. José Manuel García Roig propone esta identificación entre la creación de una realidad particular a través del proceso de realización filmico y la elaboración de una nueva arquitectura basada en los dos elementos fundamentales de los contenidos filmicos el tiempo y el espacio. El elemento espacial será también el elemento fundamental que caracteriza a la arquitectura y al urbanismo. Roig lleva esta idea aún más lejos afirmando que tanto cine como arquitectura tienen como nexo de unión fundamental que ambos medios de expresión artísticos tratan de representar: el tiempo y el espacio.³

En el caso del espacio cinematográfico debemos señalar que a partir de una imagen plana, percibimos una porción de espacio en tres dimensiones muy similar al espacio real en el que vivimos. Por tanto, el espacio cinematográfico se crea incluyendo una sensación ilusoria de la tercera dimensión, es decir, nuestra percepción reacciona ante la imagen filmica como ante un espacio real y, sin embargo, nos encontramos ante la representación realista de un espacio imaginario que nos parece percibir. Una característica fundamental de la imagen filmica es la bidimensionalidad del espacio que ofrece el soporte. La imagen, ya sea manual o mecánica, se caracteriza por utilizar un espacio de dos dimensiones para materializarse. El espacio en estas imágenes se caracteriza porque, a pesar de esta limitación, se pretende captar el espacio en tres dimensiones del mundo real.⁴

2 Alejándrez, V. J. (2005) *La obra civil y el cine: una pareja de película*. Madrid: Cinter pp. 289-290

3 García Roig, J. M. (2007) *Mirada en off: espacio y tiempo en cine y arquitectura*. Madrid: Escuela Técnica Superior de Arquitectura p. 9

4 Torán, L. E. (1985) *El espacio en la imagen*. Barcelona: Editorial Mitre p. 7

La sensación de similitud con el espacio real que produce la imagen fílmica es tan poderosa que nos hace obviar el carácter plano de la imagen, concediendo al espacio fílmico la tercera dimensión.⁵ De esta forma, el espacio fílmico coincidirá con el espacio arquitectónico y urbanístico y, en definitiva, con el espacio real en las dimensiones que lo conforman: tres dimensiones.

Debemos destacar la existencia de similitudes perceptivas entre arquitectura y el cine⁶. Sin embargo también existen diferencias muy evidentes: el cine es un medio de expresión artístico que necesita de la configuración de un espacio que constituye una realidad en la que se muestra por medio de procedimientos que expresan el carácter propio; en cambio el espacio arquitectónico permite introducirnos físicamente en el mismo sin más.

Esta notable diferencia es esencial para entender que aunque las obras fílmicas capten espacios arquitectónicos y urbanísticos reales, estos servirán para construir unos espacios que configuran realidades diferentes, procedentes de las intenciones del director. Es decir, es la propia subjetividad artística del director de cine el que nos muestra una ciudad diferente, basada en un espacio urbanístico real. Pero la similitud de ambos espacios puede establecerse a través de multitud de características: proximidad, contigüidad, cerramiento o límite, interpenetración, articulación, sucesión, continuidad. Todo ello supone la creación de un entorno muy particular que en el caso de la arquitectura se puede percibir muy claramente. Sin embargo, para comprender la naturaleza específica del espacio en el cine, puede ser útil considerar aquellos espacios que pueden no sólo sugerirse o evocarse, sino incluso hacerse físicamente perceptible por medio de procedimientos como el ruido, la música, la palabra o el mismo silencio. Estos elementos pueden sustituir las llamadas relaciones topológicas o, incluso, geométricas que configuran lo arquitectónico para dotar a las películas de espacio. Por lo tanto, ambas artes contienen elementos comunes, pero difieren en otros que los convierten en lenguajes de expresión diferentes. Debemos tener en cuenta la importancia de estudiar no sólo lo que se ve en la imagen sino todo aquello que compone el espacio fílmico y que se identifica con la arquitectura. Esos elementos característicos son lo que García Roig denomina espacio en off. Debemos incidir en esta diferenciación entre los elementos propios del lenguaje arquitectónico y los componentes del lenguaje cinematográfico. Respecto a estos últimos el cineasta los utilizará para componer un espacio lo más verosímil posible, aunque sea ficticio e irreal, haciéndolo para el espectador lo más real posible, para que éste experimente la sensación de estar incluido en ese espacio.⁷

Todos estos elementos son esenciales para el lenguaje cinematográfico y alguno de ellos se encuentra en lo que denominamos fuera de campo, que se define como aquel espacio que queda fuera del campo abarcado por el objetivo de la cámara. El espacio cinematográfico también incluye este elemento propio del cine como parte del espacio fílmico, que el espectador intuye. Este esencial elemento cinematográfico contribuye a disimular las limitaciones del espacio cinematográfico. El fuera de campo permite hacer más real la escena cinematográfica y, además, crear la ilusión de la veracidad del espacio fílmico.

A partir de estas reflexiones podemos afirmar que el espacio cinematográfico tendrá similitudes con el espacio arquitectónico, ya que el primero se puede mensurar y describir. Quedará definido por una serie de categorías claramente atribuibles a las que son intrínsecas en la arquitectura. El espacio arquitectónico se define por las

5 Aumont J., Bergala A., Marie M. y Vernet M. (1996) *Estética del cine*. Traducción de Núria Vidal. Barcelona: Paidós Comunicación pp. 20-21

6 García Roig, J. M. (2007) *op. cit.* p. 13

7 *Ibíd.* p. 13-14

relaciones topológicas que conforman un espacio físico real donde desarrollamos nuestra vida. Las mencionadas relaciones topológicas se componen de elementos tales como las relaciones de proximidad, contigüidad, cerramiento o límite, interpenetración, articulación, sucesión, continuidad, y relaciones geométricas como las de similaridad, repetición, contraste, predominancia, centralización, axialidad, paralelismo. En el lenguaje cinematográfico el espacio representado, lo que el espectador observa físicamente, quedará encerrado dentro de los cuatro límites que componen lo que conocemos como espacio del campo o cuadro cinematográfico. En los filmes, por tanto, el campo será el elemento espacial en la arquitectura y las relaciones topológicas que se producen en la arquitectura serán sustituidas por los ya mencionados elementos que componen el espacio en off. Éste será esencial para convertir el espacio ficticio del cine en real desde el punto de vista de la percepción del espectador.⁸

Incluso en el caso de la arquitectura moderna podemos observar estos importantes elementos que, como ya hemos indicado, se tratarán de incorporar al lenguaje cinematográfico:

“Es el caso, por ejemplo, de Mies van der Rohe, que combina en sus proyectos la planta libre, determinada por una gran riqueza de relaciones topológicas, con un sistema geométrico, coordinado, fundamentado además técnicamente, como por ejemplo en su proyecto para una casa de ladrillo de 1924, el pabellón de Barcelona de 1929 o la casa para la Exposición de la construcción de Berlín de 1931”.⁹

El trabajo de un artista, en general, y de un arquitecto, en particular, respecto al espacio exige dos actitudes distintas. Según hemos explicado con anterioridad el espacio arquitectónico y el espacio cinematográfico presentan diferencias, sin embargo la forma de enfrentarse al problema de trabajar con el espacio es similar en ambas artes. Los arquitectos mantienen una actitud que podemos denominar como arquitectura compositiva. Ésta se caracteriza porque para representar el espacio utiliza ciertos elementos formales a su alcance y serán utilizados en la composición del edificio. En el caso del lenguaje cinematográfico esta arquitectura compositiva se traduce en tomar directamente los espacios naturales reales para conformar el espacio cinematográfico particular de un filme, que será propio de esa película y que se corresponde con las intenciones y deseos del director. Por otro lado, tenemos una segunda actitud con respecto al espacio arquitectónico, que podemos denominar arquitectura de determinación formal. Ésta consiste en crear nuevas formas para evitar utilizar las preestablecidas porque estas no sirven para cumplir con las intenciones del arquitecto. En el lenguaje cinematográfico corresponde a los directores crear sus propios espacios ficticios o escenarios artificiales a partir de elementos formales que ellos mismos conciben para construir habitaciones, edificios, calles y ciudades.¹⁰

Es interesante señalar la importancia que el papel que la arquitectura y el urbanismo toman dentro del cine. Cada periodo del cine está lleno de películas que adquieren de las ciudades el entorno necesario para situar su acción. El periodo de entreguerras será representativo de esta afirmación, pues se realizan una serie de películas, cuya temática principal es la ciudad y todos los elementos que la componen. Han sido denominadas con el nombre de

8 *Ibidem* p.14

9 *Ibidem* p. 14

10 Argan, G. C. (1984) *El concepto del espacio arquitectónico. Desde el Barroco a nuestros días*. Buenos Aires: Ediciones Nueva

Visión p. 18.

Sinfonías de Ciudades, y se caracterizan por convertir la ciudad en el personaje central de sus películas.¹¹

Podemos señalar algunas obras que se pueden considerar como Sinfonías de ciudades. De esta forma en orden cronológico tenemos: los estadounidenses Paul Strand y Charles Sheeler realizaron *Manhatta* (*Manhatta*, 1921), el francés René Clair dirige *Paris qui dort* (1923), Fernand Léger, también francés, realizó *El ballet mecánico* (*Ballet Mécanique*, 1925), Alberto Cavalcanti, brasileño, dirige *Sólo las horas* (*Rien que les heures*, 1926), el alemán Walter Ruttmann realizó *Berlín, sinfonía de una gran ciudad* (*Berlin: die Sinfonie der Grosstadt*, 1927), el holandés Joris Ivens dirige el proyecto “laboratorios de movimientos, sonidos, formas, contrastes, ritmos y las relaciones entre todas estas cosas” reflejado en *El Puente* (*De Brug*, 1928) y *Lluvia* (*Regen*, 1929), de factura más abstracta serán los filmes del realizador sueco Eggeling y de Ritcher, como *Sinfonía de ciudad* podríamos considerar *Rennsynphonie* (*Rennsynphonie*, 1928), el ruso e influyente teórico del montaje Dziga Vertov dirige *El hombre de la cámara* (*Cheloveks Kinoapparatom*, 1929)¹². Todas estas obras mantienen en común la temática de la ciudad y la investigación en las diferentes expresividades que proporciona el lenguaje cinematográfico. En otras ocasiones el urbanismo y la arquitectura sirven como simple decorado de fondo de una acción protagonizada por personajes humanos o como medio de transición entre escenas, es decir, poseen un papel más secundario, aunque siguen siendo esenciales en la configuración de los escenarios. También se ha utilizado estos espacios urbanos para realizar elipsis temporales en los filmes. Sin embargo, en algunas películas la ciudad se convierte en un personaje dentro de la historia debido a su relevancia dentro del argumento de la película. La ciudad será capaz de convertirse en el marco físico que modifica el curso de los acontecimientos, reconduce y canaliza la historia y contribuye a crear la atmósfera que exigida por la narración en cada momento argumental. Por lo tanto, son actores que poseen tanto peso dentro de la historia como los intérpretes de carne y hueso que participan en el filme. A continuación señalamos algunos ejemplos de películas donde podemos observar este hecho:

“El Manhattan de Woody Allen, los barrios de “La ley de la calle” (Francis Ford Coppola, 1983, *Rumble fish*) o “West Side Store” (Robert Wise y Jerome Robbins, 1961), la Viena de “El Tercer Hombre” (Carol Reed, 1949, *The Third man*), la Roma de “Roma, ciudad abierta” (Roberto Rossellini, 1945, *Roma, città aperta*) y tantos otros ejemplos...”¹³

En algunas películas el argumento central del film se centra en la ciudad, como ya hemos mencionado. No sólo se detiene en la arquitectura como base de las formaciones topológicas urbanas sino que asume a la arquitectura y trata de unirla con otros elementos de la ciudad como son el transporte, las infraestructuras, el ocio, la economía, el arte, la cultura y, sobre todo, los ciudadanos que habitan el ámbito urbano. Todos estos elementos se pueden observar en un evidente ejemplo de ciudad convertida en protagonista absoluto del filme: *Berlín, sinfonía de una gran ciudad*.¹⁴

11 Alejándrez, V. J. (2005) op. cit. p. 287

12 Lorente Bilbao, J. I. (2003) Miradas sobre la ciudad. La sinfonía como representación de la urbe. En *Revista Zainak*, nº 23, Donostia: Eusko Ikaskuntza Universidad del País Vasco pp. 59-60

13 García Roig, J. M. (2007) op. cit. p. 17

14 Barber, S. (2006) op. cit. p. 31

Es destacable la meticulosidad con la que Walter Ruttmann, su director, explora la ciudad, analiza su superficie, sus calles, sus transportes, sus infraestructuras y en definitiva la naturaleza misma de la ciudad:

“Una vez inmerso en Berlín, el filme (que Ruttmann montó a partir de secuencias rodadas en las calles por realizadores anónimos durante un año) oscila entre el rastreo de sus superficies, como las huellas efímeras que el paso del día a la noche deja sobre los edificios y avenidas, y el examen de la naturaleza perceptiva de la ciudad, con la cámara siguiendo la mirada de los habitantes ante el incesante espectáculo urbano”.^{14 15}

Podemos comprobar un hecho destacable: los ciudadanos no son los protagonistas de la película que, en realidad, es la ciudad la que ocupa el papel más relevante en el filme:

“Los propios habitantes de Berlín no desempeñan ningún papel en las vitales insurrecciones y convulsiones de la ciudad, que son originadas por la materia visual del lugar: Ruttmann los muestra entrando en desbandada en las fábricas y las oficinas, y las imágenes se intercalan con fotogramas de ganado conducido en manada pasivamente hacia las puertas de un matadero”.¹⁶

Los ciudadanos son elementos que se incluyen en la metrópoli como son los edificios, las calles, los medios de transportes, las fábricas, etc... Por esta razón constituye un documento único para estudiar la metrópoli del periodo de entreguerras. La ciudad no es sólo un decorado o un fondo para situar la acción que se desarrolla en el filme sino que constituye el verdadero objeto filmico protagonista de la película. Ruttmann rastrea la ciudad y sus superficies a partir del material rodado por realizadores anónimos durante todo un año, con el fin de conseguir transmitir la sensación al espectador de estar inmerso en la ciudad. La película capta toda una jornada en la gran ciudad lo que permite observar la evolución de la ciudad desde que amanece hasta que la noche se adueña de ella. No se trata, por tanto, de recoger instantáneas de la ciudad, sino de observar como va desarrollándose una jornada cotidiana en la metrópoli de este momento histórico. En este sentido, la ciudad presenta una gran capacidad de adaptación al ritmo que marque el momento del día. La misma ciudad que durante el día es el centro de trabajo, durante la noche se convierte en un ámbito que contiene multitud de lugares para disfrutar de las actividades lúdicas, convirtiéndose la ciudad en un espectáculo urbano con todas sus ventajas e inconvenientes.

Berlín, sinfonía de una gran ciudad es un canto, una prosopopeya, a la ciudad viva.¹⁷ Es un claro filme, en el que la ciudad se convierte en protagonista indiscutible. Sin embargo, Ruttmann no tiene la intención de filmar simplemente la superficie urbanística de Berlín. El director no busca realizar un documento sobre la ciudad.

En cambio, trata de ofrecernos su visión subjetiva de la ciudad creando un filme muy personal a partir de un montaje que oculta la ciudad de Berlín y la hace anónima o desconocida. Podría ser cualquier metrópoli de los años 20. El ritmo del filme pasa a tener una gran importancia, convirtiendo a Berlín, sinfonía de una gran ciudad en un poema visual, donde todo se subordina a la rima, al encabalgamiento, a la asociación de ideas en virtud de

15 *Ibidem* p. 42

16 *Ibidem* p. 34

17 Gorostiza J., Sánchez-Biosca, V., García Roig, J. M., Hispano A., Ábalos I., (2007) *Paradigmas: El desarrollo de la modernidad arquitectónica visto a través de la historia del cine*. Madrid: Fundación Telefónica y La Fábrica Editorial p. 48

una única pertenencia, aniquilando todo el resto del tiempo.¹⁸ La película refleja un día en una gran metrópoli, no existe una referencia temporal determinada, es un jornada de frenético ritmo. La ciudad parece nerviosa y en constante ebullición cualquier día del año.¹⁹ El mismo año del estreno en las salas de cine de Berlín, sinfonía de una gran ciudad (1927), Edvard Hopper pinta un cuadro titulado *Two on the aisle*. Este cuadro representa a una pareja ocupando los asientos antes del comienzo del espectáculo que van a visionar. Se trata de un momento de quietud en el que el individuo se acomoda y espera a que se apaguen las luces. En ese instante un individuo comienza a sentirse espectador, que se mantiene a la expectativa de todo aquello que todavía no ha empezado. Es el momento inicial de una experiencia en la que el espectador se sentirá dentro de un espectáculo.²⁰ Esta es otra de las características con las que cuenta el cine a la hora de crear una sensación ficticia consistente en provocar que el espectador se sienta inmerso en un espacio ilusorio proyectado en la pantalla. La atención del espectador trata de ser atrapada por la escenografía planteada en el plano de un filme, y la oscuridad de la sala ayuda a atrapar la atención del espectador.

Los descubrimientos del siglo XIX ayudaron a explorar el mundo y conocerlo mejor²¹. A partir de entonces, el espectador alberga un deseo creciente de experimentar directamente el contacto con el mundo. El afán de descubrir le lleva a desear entrar en contacto con lugares lejanos y, si es posible, llegar a sentirse inmerso en los mismos. El espectador quiere conocer las ciudades en las que difícilmente podrá estar, pero además sentirse inmerso en ellas. Esta es la dinámica que llevó a explorar las posibilidades que ofrece la estereoscopia, hasta llegar a una técnica capaz de recoger información visual tridimensional o crear la ilusión de profundidad en una imagen. Por lo tanto, otra barrera que establece una diferencia fundamental entre la arquitectura y el cine quedaría en parte eliminada. Efectivamente, la tercera dimensión, que caracteriza a la arquitectura en contraposición con la falsa sensación de profundidad del tradicional plano en dos dimensiones, puede ser creada por el cine estereoscópico, de una forma ficticia que al ojo humano puede parecer real.

Las pantallas son absolutamente planas y carecen de tercera dimensión, pero el espectador, de una u otra forma, puede percibir en un filme el espacio tridimensional creado por la arquitectura. El cine ha servido para explicar por qué la arquitectura y el cine están relacionados a través del espacio y como el arte de construir se puede percibir y, al mismo tiempo, se sirve del séptimo arte, pero también como el cine experimenta y conforma sus escenarios a partir de las formas arquitectónicas y urbanísticas de las ciudades.

18 *Ibidem* p. 49

19 Simmel, G. (1988) *La metrópolis y la vida mental*. En Bassols, M. Donoso, R., Massolo, A., y Méndez, A. (Eds.), *Antología de Sociología Urbana*. (pp.153-175). Traducción de Juan Zorrilla. México: UNAM

20 Gorostiza, J. (2007) *La profundidad de la pantalla: arquitectura + cine*. Santa Cruz de Tenerife: Colegio Oficial de Arquitectos de Canarias p. 237

21 *Ibidem* p.237

Conclusiones

La categoría fundamental de este análisis de contenido viene definida por la relación existente entre cine y arquitectura. Estos dos lenguajes artísticos conforman dos vocablos que aparecen en varias obras de referencia que pretenden unir ambas disciplinas. En este sentido, bajo la denominación de dirección de arte o escenografía en el cine los diferentes autores relacionan ambos lenguajes artísticos. De aquí partirán sus disquisiciones para establecer las características del cine y la arquitectura, sus puntos en común y las diferencias más importantes entre ambos artes.

La ciudad filmada por Ruttmann y la película *Berlín, sinfonía de una gran ciudad* ha sido un punto importante sobre el que se apoya este análisis, ya que su temática principal es captar el ritmo de vida de una gran metrópoli: Berlín. Esta ciudad fue centro de las investigaciones bibliográficas que hemos llevado a cabo sobre arquitectura y urbanismo. Entendemos que es esencial un repaso de la evolución urbanística y arquitectónica para entender la ciudad que observamos en la película de Ruttmann. Berlín se convierte en una metrópoli durante los últimos años del siglo XIX y primeros del XX. Su proceso urbanístico y desarrollo arquitectónico es representativo de las tendencias arquitectónicas de Europa en estos años, por esta razón, entendemos que es un caso paradigmático para estudiar una metrópoli desde el punto de vista arquitectónico y urbanístico.

Es importante reseñar que hemos observado un interés general en el mundo del arte y del pensamiento por la ciudad. Desde Georg Simmel y sus estudios por la civilización y la ciudad (creador del concepto de ciudad nerviosa), hasta los realizadores, que como Walter Ruttmann, son responsables de la filmación de los espacios urbanos, todos ellos tienen algo en común: un interés por la gran ciudad y plasmar su imagen a través de su obra artística.

Referencias

- Barber, S. (2006) *Ciudades proyectadas: cine y espacio urbano* Barcelona: Gustavo Gili
- García Roig, J. M. (2007) *Mirada en off: espacio y tiempo en cine y arquitectura*. Madrid: Escuela Técnica Superior de Arquitectura
- Alejandro, V. J. (2005) *La obra civil y el cine: una pareja de película*. Madrid: Cinter
- Torán, L. E. (1985) *El espacio en la imagen*. Barcelona: Editorial Mitre
- Aumont J., Bergala A., Marie M. y Vernet M. (1996) *Estética del cine*. Traducción de Núria Vidal. Barcelona: Paidós Comunicación
- Argan, G. C. (1984) *El concepto del espacio arquitectónico. Desde el Barroco a nuestros días*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión
- Lorente Bilbao, J. I. (2003) *Miradas sobre la ciudad. La sinfonía como representación de la urbe*. En *Revista Zainak*, nº 23, Donostia: Eusko Ikaskuntza Universidad del País Vasco
- Gorostiza J., Sánchez-Biosca, V., García Roig, J. M., Hispano A., Ábalos I., (2007) *Paradigmas: El desarrollo de la*

modernidad arquitectónica visto a través de la historia del cine. Madrid: Fundación Telefónica y La Fábrica Editorial

Simmel, G. (1988) La metrópolis y la vida mental. En Bassols, M. Donoso, R., Massolo, A., y Méndez, A. (Eds.), Antología de Sociología Urbana. (pp.153-175). Traducción de Juan Zorrilla. México: UNAM

Gorostiza, J. (2007) La profundidad de la pantalla: arquitectura + cine. Santa Cruz de Tenerife: Colegio Oficial de Arquitectos de Canarias p. 237

LA PINTURA ABSTRACTA EN NUEVA YORK

Jorge Luis García Fabela

Maestro Escuela de Diseño
Universidad de Guanajuato (México)
garcia.fabela@gmail.com

Resumen

La pintura Number 5 de Jackson Pollock fue adquirida aproximadamente por 144.5 millones de dólares, es la pintura más costosa del mundo. La pintura que le sigue en venta, fue realizada por Willem de Kooning titulada Woman III con un costo de 137.5 millones de dólares. Willem de Kooning fue otro expresionista abstracto de Nueva York y amigo personal del mismo Pollock. La ciudad de Nueva York reemplazó a París como capital del arte y está posicionada como la más representativa e importante del arte actual. Este artículo es una reflexión en base a la información y experiencias

sobre la posible realidad de esta situación. Se revisan brevemente los orígenes de la pintura en Nueva York y la situación en la cual se encuentra la pintura y la plástica en la ciudad actualmente. Además de las breves reflexiones económicas, sociales, políticas y estéticas que le dan valor a su arte. El artículo es una reflexión que tiene como finalidad el saber los contenidos sobre el arte plástico abstracto que se representa como valioso en Nueva York y de diversas reflexiones estéticas acerca de la plástica en la llamada Gran Manzana.

Palabras clave

Nueva York, pintura, plástica, valor, museos, galerías

Abstract

The painting Number 5 of Jackson Pollock was acquired approximately by 144.5 million dollars, it is the costliest painting of the world. The painting that him continues in sale, was realized by qualified Willem de Kooning Woman III by a cost of 137.5 million dollars. Kooning's Willem was another abstract expressionist of New York and personal friend of the same Pollock. The city of New York replaced Paris as the capital of the art and it is positioned like the most representative and important of the current art.

situation. The origins of the painting are checked brief in New York and the situation in which one finds the painting and the plastic arts in the city nowadays. Besides the brief economic, social, political and aesthetic reflections that give him value to his art. The article is a reflection that has as purpose know the contents on the plastic abstract art that is represented like valuably in New York and of diverse aesthetic reflections it brings great apple over of the plastic arts.

This article is a reflection on the basis of the information and experiences on the possible reality of this

Key words

New York, Painting, plastic, value, museum, galleries

Introducción

El presente escrito es un rápido recorrido sobre lo que ha sido la pintura abstracta en la ciudad de Nueva York.

Objetivos

Dentro de los objetivos del trabajo se explica la importancia de la cultura artística y los valores de la ciudad de Nueva York en cuanto a la Pintura Abstracta se refiere y como los diversos actores y medios que en ella han intervenido, como son los artistas mismos, los galeristas, coleccionistas, museos, patrocinadores y donadores, críticos y gobierno entre tantos otros.

Metodología

Como metodología se presenta un trabajo de investigación bibliográfica y resultados de trabajos de investigación de campo.

1. Antecedentes de la Pintura Abstracta

Las primeras manifestaciones de la pintura abstracta datan de los inicios del siglo 20. Los movimientos o escuelas abstractas que nacen en Europa son principalmente y en orden cronológico: el Rayonismo ubicado a inicios de 1909. Movimiento de los elementos relevantes: luz, color, tiempo, dinamismo. Antecede al futurismo, El Futurismo en 1909, movimiento de origen Italiano que expresa la velocidad y es representado por Giacomo Balla y Gino Severini principalmente; el Abstraccionismo Lírico representado por Wassily Kandinsky en 1910. De Stijl en 1913 que fue un movimiento geométrico primordialmente por Piet Mondrián; el Constructivismo en 1914 de tipo geométrico con Antoine Pevsner y Naum Gabo como representantes; el Orfismo, que trata de expresar analogías entre la pintura y la música siendo representado el movimiento por Robert y Sonia Delaunay; el Dadaísmo en 1916 que se caracterizó por rebelarse en contra de las convenciones literarias y artísticas con representantes en la pintura abstracta como Kurt Schwitters y Hans Arp; Suprematismo con sus intentos por reducir el arte a su más pura esencia en 1915 con el artista Málevich; el Tachismo en 1940 representado por Bissiere, Manessiere, Balzaine y posteriormente Pierre Soulages; Expresionismo Abstracto por los años cuarenta representado principalmente por Jackson Pollock, Willem De Kooning y Mark Rothko. Posteriormente al Expresio-

nismo Abstracto se encuentra el Op Art en los años cincuenta con Victor Vassarely, y otras escuelas y corrientes artísticas más. Por ahora conviene hacer un breve recorrido por los inicios de la pintura abstracta norteamericana para conocer algunos aspectos importantes y llegar a lo que conocemos como la Escuela de Nueva York.

2. La Escuela de Nueva York

En los primeros años del siglo XX los artistas se interesan por la ciudad de Nueva York debido a la impresión caótica que producía la ciudad en ellos. Los artistas Neoyorkinos eran atraídos y admiraban inicialmente a los artistas europeos. Jackson Pollock nace en la ciudad de Cody, Wyoming en 1912. William Cody, fundador de la ciudad que lleva su mismo nombre tenía el sobrenombre de Buffalo Bill, famoso cazador de búfalos. La ciudad de Cody se encuentra a 80 kilómetros del parque nacional Yellowstone y Jackson Pollock emigra a Nueva York en 1929. Pollock admiraba a los artistas europeos Henry Matisse, Joan Miró y a Piet Mondrián. Dentro de la misma generación de Jackson Pollock se encontraba El pintor Willem de Kooning, pintor neerlandés nacionalizado estadounidense que admiraba a Mondrian, a Ingres y Cezanne. El artista Mark Rothko, nacido en Daugavplis, Letonia también emigra hacia Estados Unidos, vive en la ciudad de Nueva York y era admirador de Miró. Estos tres importantes artistas pertenecen a una generación nacida entre los años 1900 y 1920 prácticamente. Esa primera generación de artistas era inicialmente indiferente ante la sociedad americana. La sociedad no tenía confianza en los artistas plásticos, además de que los literatos, los poetas no aceptaban bien a los nuevos pintores. Lo que era aceptado por la sociedad eran los artistas realistas y románticos influenciados por la pintura europea como el pintor estadounidense Winslow Homer y Thomas Eakins. Los nuevos pintores eran ignorados y les resultaba difícil exponer su obra. La falta de atención provocó desánimo en algunos artistas que incluso llegaron al suicidio y la imagen del artista era prácticamente la de un paria o la de una persona socialmente inferior. Los artistas de la nueva generación se dirigieron a la práctica y al libre fluir de la imaginación como lo menciona la crítica de arte Dore Ashton (Ashton, 1988). A estos artistas les entusiasmaba la ciudad que les producía una nueva visión, la visión de gran ciudad con sus altas construcciones y gran movimiento.

El barrio neoyorkino bohemio que albergaba a los literatos y a los nuevos artistas fue Greenwich Village y los artistas plásticos vivían en sus alrededores. Greenwich está situado en el bajo Manhattan, delimitado por las calles Houston, 14th Street, Broadway y el río Hudson, que en sus orígenes era una zona para la alta sociedad. A fines del siglo XIX la llegada de los inmigrantes europeos transformó el barrio. En los años 1930 las galerías de arte contemporáneo se encontraban en la 8th Street.

El radicalismo de las décadas anteriores a la de los años 40, provoca que nuevos artistas formen la nueva Escuela de Nueva York con artistas como Jackson Pollock, Arshile Gorky, Adolph Gottlieb, Mark Rothko, Clyfford Stille, Barnett Newman, William Baziotas (Ashton, 1988) entre otros. Cansados de escenas americanas fueron inspirados por las exposiciones de Picasso, Matisse, Braque y Miró. Inspirados en la abstracción, en los surrealistas y el Dadá y especialmente por obras de Kandinsky, Paul Klee y Piet Mondrian. En 1942 Peggy Guggenheim abre la galería Art of This Century, hecho que emociona a los artistas de la Nueva Escuela de Nueva York por las oportunidades para exponer y debido a que la galería se convirtió en un centro tipo café literario en el cual los artistas podían discutir acerca de los problemas estéticos. Las nuevas inquietudes artísticas conocidas como Expresionismo Abstracto expresaban más que una ideología, una actitud basada en la filosofía de la sinceridad. Las

nuevas tendencias trataban de no caer en la pintura decorativa. Expresaban, la actitud de pintar, del movimiento espontáneo y rechazaba los dogmas, lo establecido. En 1942 se inaugura la galería de Peggy Guggenheim Art of this Century en la que expone por primera ocasión el artista Jackson Pollock. Peggy Guggenheim perteneciente a una familia de magnates que era coleccionista y mecenas de arte. Impulsora de Jackson Pollock. Cuando Peggy Guggenheim cierra su galería y se retira a Venecia, en 1948-49 exhibe su colección particular en la XXIV Bienal de Venecia y como parte de la colección de Peggy muestra seis obras de Jackson Pollock. Peggy escribe desde Venecia a la galerista Betty Parsons que Pollock fue considerado el mejor pintor norteamericano. Solomon Guggenheim (tío de Peggy) fue el soporte económico de su sobrina y la apoyó para que fuera coleccionista de arte moderno. Solomon Guggenheim fue un gran impulsor del arte y dejó una importante fundación que ahora se expande a varias sedes de Museos Guggenheim en el mundo como: Nueva York, Venecia, Bilbao, Berlín, Abu Dhabi.

La segunda guerra mundial termina en 1945 y los Estados Unidos triunfan. Estados Unidos aparece como la mayor potencia mundial tanto en lo económico como en lo militar y florecen las artes nuevas. Este hecho es de una importancia especial ya que convierte a Estados Unidos y en especial la ciudad de Nueva York (Manhattan) como la ciudad del arte contemporáneo. La nueva Escuela de Nueva York es la escuela de la expresión abstracta aunque los movimientos abstractos líricos y geométricos iniciaran en Europa.

Regresando al desarrollo de la pintura abstracta, Arshile Gorky, pintor armenio llegó a América y su formación tenía originalmente influencias de Picasso y Miró, las cuales abandonó posteriormente para crear un lenguaje propio basado en una mitología personal relacionada con su infancia. De Kooning dejó los espacios ordenados del cubismo para expresarse con brochazos fluidos aplicados con vigor debido a su temperamento agitado, nervioso que llevó al abstraccionismo al Action Painting, es decir a la pintura de acción conocida como Expresionismo Abstracto. Jackson Pollock, amigo de De Kooning, encontraría ese vigor para expresar su pintura cuando coloca los lienzos en el piso y se expresa por encima de ellos con sus famosos drippings o chorreados, goteados. Con Pollock importa el acto que contiene la participación corporal y síquica que se expresa rápidamente pero con buen cálculo y control. De Kooning pinta en ocasiones la figura humana femenina desfigurada por los brochazos espontáneos, figuras dolidas (Ilustración 1), con abstracciones complejas en su reducción de la figura que expresa el artista con fuerte temperamento y en otras ocasiones su expresión es completamente abstracta.



(Ilustración 1). Willem De Kooning. *Woman I*, 1950-52. New York, Museum of Modern Art (MOMA), Nueva York.

Door to the River (Ilustración 2) expresa de manera abstracta una puerta al río. Es abstracta y puede intuirse,

o por medio de la percepción de la estructura de la obra, que deriva en el marco de una puerta y por lo tanto inferimos que se trata de una puerta.



(Ilustración 2). Willem De Kooning, *Door to the river*. 1960.
Withney Museum of American Art, New York.

Jackson Pollock con sus drippings (goteados) y sus splashings (arrojar la pintura) tenía otros conocimientos y experiencias sobre el manejo de las técnicas además de otra experiencia del espacio e ideas con respecto a la pintura (Ilustración 3). El poder estar encima del lienzo y no frente al caballete le permitía tener dominio técnico y podía pisar la tela, recorrerla por los cuatro lados. A Pollock le interesaban los grandes lienzos por su gusto especial hacia los murales ya que había estudiado algún tiempo con el mexicano David Alfaro Siqueiros quien tenía ciertas influencias del Futurismo italiano en sus murales.

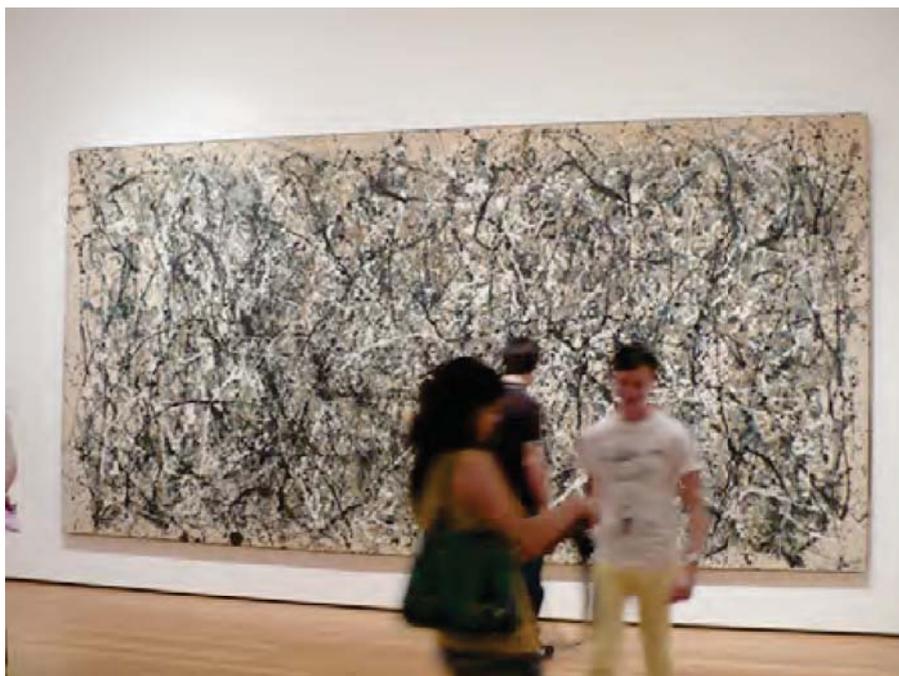


Ilustración 3. Pintura de Jackson Pollock.

De Kooning, en su pintura parece más nervioso que Pollock. Pollock parece más controlado y poseedor de un splashing vigoroso pero preciso y bien calculado. Pollock y De Kooning pertenecen a una generación que está nerviosa, acelerada, inquieta por el paso de la segunda guerra mundial. El Jazz es otro reflejo inquietante de la posguerra, ritmos alterados, rápidos, música improvisada que de alguna manera se relaciona con la pintura. Dos lenguajes distintos que expresan los mismos sentimientos.

Otro pintor importante perteneciente al Expresionismo Abstracto fue sin duda Mark Rothko (Marcus Rothkowitz) nacido en Letonia (país que formaba parte de la URSS). Rothko fue un pintor más preocupado por los problemas espirituales y éticos (Ashton, 1969) y él como otros artistas se sintieron atraídos por las teorías surrealistas que definían a dicha escuela como un automatismo puro de la psique. Es decir que la espontaneidad era parte importante de su filosofía. La obra de Rothko produce una melancolía contemplativa. Los problemas éticos de Rothko se reflejan en el encargo que le hiciera el lujoso Restaurante Four Seasons del edificio Seagrams de Nueva York para unos lienzos grandes. La oferta era económicamente cuantiosa. Rothko visita el restaurante y el lujo, tal vez la vanalidad que él observaba en los comensales provocó que él rechazara la oferta. Rothko decía que el sentido de lo trágico siempre lo acompañaba y así manifestó su pensamiento hasta la inclusión de su propia decisión de morir. La pintura de Rothko pertenece al action painting, es decir a la fuerza gestual. La etapa final de su obra plasma superficies de color rectangulares y difusas tratando de expresar la naturaleza del drama humano universal. (Ilustración 4).



Ilustración 4. Mark Rothko. No. 5/No. 22. 1944.

Estos tres artistas mencionados pueden ser los más importantes y reconocidos con respecto a la pintura abstracta norteamericana, sin embargo hay muchos más pintores importantes como Robert Motherwell, Arshile Gorky, Franz Kline, Clifford Still, Philip Guston, Barnett Newman, Ad Reinhardt, Josef Albers, Sam Francis, Adja Yunkers, Frank Stella, incluyendo a Roy Lichtenstein en su obra geométrica abstracta, Morris Louis, Adja Yunkers y para dar un gran brinco, perteneciente a una generación posterior, Cy Tombly.

Ahora la cuestión es revisar cuales son los factores que intervienen en la importancia que representa el arte actual representado en la ciudad de Nueva York. Decía en líneas anteriores que Estados Unidos se ha considerado la primer potencia económica y de este aspecto se deriva el poder.

Nueva York es considerada la primer potencia económica y militar mundial cuyo centro de las artes radica en la ciudad de Nueva York. Artistas, coleccionistas, donadores de arte, donantes económicos, galeristas, casas de subastas del arte como Christie's y Sotheby's (originalmente inglesas), críticos, público, museos, galerías, hacen de Nueva York la ciudad del arte. El poderío económico se manifiesta y tomemos en cuenta que las grandes fortunas se encuentran en Estados Unidos de Norteamérica. El tiempo es un factor de decisión en el valor del arte. Podemos decir de manera sencilla que en el arte existen dos tipos de valor: el económico y el de cualidad de las cosas. Para considerar si el arte de Nueva York es el más importante y el que direcciona al mundo tendríamos que considerar que el arte cumple con esos dos aspectos de valor. Cuando revisamos cuales son las pinturas más valiosas económicamente (que se han cotizado más alto por sus ventas) han sido creadas por dos norteamericanos neoyorkinos: Jackson Pollock y Willem De Kooning, amigos ambos y pertenecientes a la Escuela de Nueva York y del movimiento Action Painting, es decir los Expresionistas Abstractos. Un cuadro de Pollock (Number

5) fue adquirido por 140 millones de dólares; Woman III de De Kooning fue adquirido por 137.5 millones de dólares. Sigue en la lista Gustave Klimt, Picasso, Giacometti, regresa un Picasso y le sigue el norteamericano Pop Andy Warhol. En el lugar 17 aparece una pintura de Rothko y en el catorce lo antecede un norteamericano llamado Jasper Johns. En el lugar 22 otro De Kooning. Los Van Gogh, Gustav Klimt y los Picassos también son muy valorados.

Otro factor que convierte a la cultura pictórica norteamericana contemporánea en algo tan importante han sido sus museos, las colecciones que contienen y sus donadores. Mencionábamos al Museo Guggenheim y de la familia impulsora del arte moderno, de igual manera se menciona a la familia Rockefeller entre tantos otros benefactores. También podemos mencionar al Museo de Arte Contemporáneo (MOMA), el Museo Whitney (Para artistas estadounidenses), el New Museum de arte actual, el Metropolitan Museum, y cientos de galerías (Habría que contarlas con precisión en las ediciones anuales de la revista Art in America), el Bronx Museum, Brooklyn Museum of Art. Galerías ahora tradicionales e importantes como la Leo Castelli que abrió sus puertas en 1967, que muestra y vende trabajos de artistas como Frank Stella, Richard Serra, Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg, Dan Flavin entre muchos otros. Galerías que se ubican en el sur de la ciudad y se distinguen por ser actualmente vanguardistas, como ejemplo la galería Luhring Augustine que expone artistas contemporáneos de importancia como Albert Oehlen (Ilustración 5), y que ha expuesto con anterioridad a artistas como Pablo Picasso, Jackson Pollock, Andy Warhol, Gerhard Richter y Sigmar Polke.



Ilustración 5. Albert Oehlen. Rosa Brille, 2006. Galería Albert Oehlen.

Los pintores abstractos Josh Smith y Albert Oehlen son de artistas actuales y reconocidos en lo que respecta al arte abstracto norteamericano.

Conclusiones

Así, la ciudad de Nueva York sorprende por su desarrollo artístico a partir de siglo XX y continúa siendo representativa del arte contemporáneo en general debido a que su escuela ha permanecido y evolucionado a través de décadas y expresan un lenguaje propio y común de su sólida cultura. Artistas, críticos de arte, coleccionistas, museos, galeristas, inversionistas y público han coincidido en otorgar a sus propias manifestaciones artísticas lo que les pertenece como sociedad y valores culturales.

Referencias

- Ashton, Dore (1988). La Escuela de Nueva York. Madrid. Cuadernos Arte Cátedra.
- Ashton, Dore (1969). La Pintura Norteamericana Moderna. Milano. Unesco Hermes.
- Baal, Jacob – Teshuva (2003). Rothko. Germany. Taschen..
- Block, Cor (1999). Historia del Arte Abstracto. Madrid. Cuadernos Arte Cátedra.
- Hess, Barbara (2004). De Kooning. Germany. Taschen.

Fuentes de Internet:

http://art-collecting.com/galleries_ny.htm

<http://www.artelista.com/>

<http://www.cityofcody-wy.gov/index.cfm>

<http://www.guggenheim.org/>

<http://www.infonuevayork.com/estancia.php?id=museos>

<http://www.luhringaugustine.com/gallery/>

<http://www.vivenuevayork.com/>

Para obtener más información sobre las galerías importantes se puede consultar en la página http://art-collecting.com/galleries_ny.htm

FOTOGRAFÍA INFRARROJA: OTRA REALIDAD [URBANA] ES POSIBLE

David Gómez Lozano

vicepresidente

Escuela Superior de Conservación y Restauración de Bienes Culturales de Madrid.

Departamento de Ciencias y Técnicas Aplicadas.

Guillermo Rolland, 2. Madrid (España) 28013 Tfn: + 00 34915482737

Email: davidgomez@escrbc.com

Resumen

La fotografía infrarroja surgió a principios del siglo XX. Concebida originalmente para registrar lo que el ojo no ve, su aplicación desbordó desde muy temprano el ámbito científico. Su empleo como herramienta de expresión personal ha generado un corpus con unas

características muy definidas. A continuación se muestran algunos de los principales hitos en la aplicación de esta tecnología al modelado de una cierta imaginaria urbana.

Palabras clave

Ciudad, Horydczak, Infrarrojo, Kohei, Weegee, Wood

Abstract

Infrared photography arose at the beginning of the 20th century. Originally devised to record what the eye can't see, its implementation soon overflowed from the scientific world. Its use as a tool for personal expression has

generated a specific body of work, full of well defined characteristics. The text shows some of the milestones of such imagery when applied to portray the city landscape.

Key words

City, Horydczak, Infrared, Kohei, Weegee, Wood

Introducción

Este breve texto pretende exponer de manera concisa las diferentes vías de actuación empleadas a lo largo del último siglo para definir el paisaje urbano mediante el empleo de un medio tan peculiar como es la fotografía infrarroja.

Objetivos

Mover a la reflexión acerca de las posibilidades del medio fotográfico infrarrojo, tanto de las ya conocidas y empleadas como de las aún por descubrir.

Metodología

Búsqueda bibliográfica, (re)lectura y reflexión personal.

1. Fotografía infrarroja y aplicaciones básicas

1.1. Qué es (y qué no es) fotografía infrarroja

La fotografía infrarroja se define como aquella que emplea radiaciones infrarrojas para la obtención de imágenes fotográficas. Llamamos radiaciones infrarrojas a aquellas cuya longitud de onda es mayor de 700nm y menor de 1mm. En la práctica, la fotografía infrarroja emplea únicamente una escasa porción de tan amplio espectro de radiaciones ¹.

1.2. Nacimiento de la fotografía infrarroja

Si bien hay autores que sitúan el origen de la fotografía infrarroja en un texto del mismísimo William Henry Fox Talbot² (1800 – 1877), lo cierto es que las imágenes infrarrojas más antiguas que se conocen tienen apenas un siglo de existencia. Fue en octubre de 1910 cuando el Dr. Robert Williams Wood (1868 – 1955) mostró públicamente y por primera vez en la historia una serie de imágenes obtenidas por él mismo que registraban las radiaciones infrarrojas presentes en una escena. El acto de presentación de estas primeras fotografías infrarrojas tuvo lugar en Londres ante el pleno de la prestigiosa Royal Photographic Society [en lo sucesivo, RPS] con motivo de la entrega al citado físico norteamericano de la medalla J. Traill Taylor³. Las imágenes, tomadas por el propio Wood, correspondían a unas vistas de paisajes rurales y fueron publicadas, junto con el texto íntegro de su ponencia, en el correspondiente boletín de la RPS⁴.

1.3. Aplicaciones

Por lo general, el empleo de la fotografía infrarroja en lugar de (o junto a) otros medios de representación fotográfica se basa en su capacidad para atravesar cuerpos opacos, para distinguir entre sujetos cuya apariencia es idéntica al ser

1 Por lo general, la que media entre los 700 y 1100nm. Sólo en casos excepcionales se utilizan dispositivos electrónicos cuya sensibilidad puede alcanzar y aún superar los 2000nm.

2 Sobre la supuesta capacidad visionaria de Talbot para prever la fotografía infrarroja, véase Talbot y la región invisible del espectro electromagnético, en Gómez (2010), págs. 54 y siguientes.

3 Seabrook (1941).

4 Wood (1910).

observados a la luz visible o para mostrarlos en ausencia de ésta, es decir, en completa oscuridad.

Por todo ello, se ha catalogado a la fotografía infrarroja como herramienta de inspección, distinguiendo 3 tipos según sus características fundamentales. Hablaríamos entonces de inspección diagnóstica (por ejemplo, en medicina o en el estudio de los bienes culturales), inspección forense (en zoología o criminalística) o inspección a distancia (en inteligencia militar, meteorología, arqueología, biología, geología o astronomía). Cabría aquí tal vez añadir un cuarto grupo de imágenes infrarrojas: aquéllas cuyo fin último es la expresión personal y que, por no alejarnos de la nomenclatura empleada para las anteriores, podríamos definir como imágenes de inspección propia o introspección.

2. La fotografía infrarroja como medio para documentar el escenario urbano

Tendrían que pasar más de 2 décadas desde que Wood diera a conocer al mundo sus imágenes hasta que se comercializaron las primeras emulsiones sensibles para fotografía infrarroja. Los años '30 del pasado siglo supusieron el despegue de la fotografía con emulsiones sensibles al infrarrojo. Numerosos fabricantes comenzaron a incluir en sus catálogos este tipo de productos, dirigidos indistintamente al mercado profesional y al aficionado, en variados soportes y formatos. Rápidamente, la fotografía infrarroja abandonó el ámbito científico en que se había movido hasta entonces y se dispuso a ilustrar los enormes cambios observados en la sociedad de la época.

Pronto se comprobó la utilidad de las nuevas emulsiones para fotografiar desde el aire, pues eran capaces de mostrar la superficie terrestre a gran distancia incluso en días de escasa visibilidad. Por otro lado, el rápido desarrollo de la incipiente industria aérea favoreció el empleo de material infrarrojo para la documentación fotográfica de campos y ciudades.

De esta época, verdadera edad de oro de la fotografía infrarroja, proceden las imágenes aéreas del militar norteamericano Albert W. Stevens, quien llegó a obtener fotografías de una extraordinaria nitidez a altitudes de vuelo superiores a los 7.000 metros y desde una distancia de 500km (Lècuyer, 1945).



Figura 1. A.W. Stevens: "Nueva York desde una altitud de 26.000 pies" (s.f.)
[Fuente: Eastman Kodak (1938)]

Otro ejemplo de imágenes aéreas infrarrojas de la misma época son las tomadas por A.L. Cranch hacia 1934. Cranch, del que poco se sabe con certeza salvo su pertenencia por aquella época a la RPS, obtuvo algunas de las primeras vistas aéreas infrarrojas de las que se tiene constancia. En sus imágenes se advierten, bajo un cielo transparente, las interminables hileras de edificios georgianos típicos de la capital galesa.



Figura 2. A.L. Cranch: "Cardiff" (c1934).

[Fuente: *The Royal Photographic Society of Great Britain, Bath, Inglaterra*]

Tanto las imágenes de Stevens como las de Cranch se sirven de la capacidad del medio fotográfico infrarrojo para atravesar la a menudo turbia atmósfera terrestre. Pese a la distancia desde la que fueron obtenidas, estas imágenes tienen en común una gran nitidez y detalle. Todas ellas documentan el paisaje urbano con precisión de cirujano, mostrándonos –a menudo, de forma desconcertante– hasta los más nimios detalles del epitelio urbano.

Otros autor coetáneo de los ya referidos y que empleó igualmente el medio infrarrojo como herramienta para maximizar el realismo de sus vistas urbanas fue Theodore Horydczak. De origen centroeuropeo, Horydczak (de quien se desconoce su filiación) documentó compulsivamente el paisaje de Washington D.C., en cuya área metropolitana dispuso de estudio de manera ininterrumpida durante más de 30 años.



Figura 3. Theodore Horydczak: "Capitolio" (s.f.)
[Fuente: Biblioteca del Congreso, Washington, EE. UU]

Como fotógrafo comercial, Horydczak practicó asiduamente el género arquitectónico. Su legado se compone de imágenes de los edificios representativos de Washington, tanto de los históricos como de los construidos en su tiempo. La obra de Horydczak da fe del desarrollo experimentado por la capital estadounidense durante las décadas centrales del siglo XX. Ésta aparece a menudo desierta, sin personas que ocupen sus calles ni sus interiores domésticos (también objeto de sus fotografías). En cierto sentido, las fotografías de Horydczak, a menudo fantasmales, traen a la mente aquellas otras que Eugene Atget tomara en París apenas medio siglo antes. Como las de Atget, las imágenes de Horydczak, pese a su carácter documental (o tal vez debido a ello) muestran una realidad que se nos antoja irreal por vacía de seres humanos (y en ese sentido, inhumana). La ausencia de referentes personales dificulta la rápida comprensión de la escala de las imágenes, lo que añade cierto desasosiego a los espacios representados en ellas. Un efecto similar puede percibirse en algunas de las imágenes infrarrojas de la fotógrafa norteamericana Carol M. Highsmith (1946). Highsmith, aún en activo, comparte con Horydczak (además del eventual empleo de material infrarrojo) el gusto por los grandes y vacíos espacios públicos.

Tanto la obra de Highsmith como la del resto de fotógrafos citados hasta el momento tienen en común su interés por registrar la estructura urbana, el decorado sobre el que transcurre la vida en la ciudad, dejando a un lado todo interés directo por sus habitantes. Las razones pueden ser variadas, desde la distancia extrema empleada por Stevens o Cranch en sus tomas (que haría de los seres humanos que en ellas pudieran aparecer poco más que motas de polvo) al más que probable interés de Horydczak o Highsmith por mostrar una ciudad de postal, contradictoria o simplemente deshumanizada. Otra razón, tal vez la más obvia, es el extraño aspecto que suelen mostrar los seres humanos al ser fotografiados con material sensible al infrarrojo: pupilas dilatadas, vello y vasos sanguíneos superficiales claramente visibles, prótesis cuya verdadera naturaleza queda al descubierto, tonos extraños por diferentes a los de la fotografía conven-

cional en blanco y negro (y aún más diferentes en color), etcétera. Todas estas características han sido tradicionalmente consideradas negativamente a la hora de fotografiar personas, lo que ha provocado que el retrato infrarrojo sea un género apenas desarrollado a lo largo de la historia del medio.



Figura 4. C.M. Highsmith: "Nelson Atkins Art Museum, Kansas City, Missouri" (s.f.)
[Fuente: Biblioteca del Congreso, Washington, EE.UU.]

3. La fotografía infrarroja como registro de la sociedad urbana

3.1. El fotorreportaje infrarrojo

Frente a las imágenes de Horydczak y compañía, se alzan las imágenes de quienes emplean el medio infrarrojo para mostrar la vida que fluye en el interior de las ciudades. Estos autores no dan importancia al extraño aspecto que presentan los sujetos de sus fotografías, o cuando menos aceptan éste como inherente al material que les permite registrar subrepticamente lo que acontece en la ciudad aún y sobre todo en escenas nocturnas o escasamente iluminadas. Estos fotógrafos funcionan ya no como cirujanos sino más bien como notarios de la vida urbana. Sus imágenes— a menudo obtenidas a corta distancia, diríase casi a quemarropa—, son jirones de la vida en la gran urbe, la ciudad que nunca duerme.



Figura 5. Weegee: "Sesión infantil" (c1940)
[Fuente: International Center of Photography, NYC, EE.UU.]

El epitome de este grupo de fotógrafos es Arthur H. Fellig (1899 – 1968), mundialmente conocido como Weegee. Este fotorreportero, de origen centroeuropeo pero criado en Nueva York, representa como ningún otro el estereotipo del periodista gráfico. A lo largo de 3 décadas, Fellig fotografió los diferentes estratos que componen la sociedad neoyorquina, desde los más míseros inmigrantes hasta la más rancia aristocracia.



Figura 6. Weegee: "No sé si está admirando su hombro o si va a morderlo" (c1943).
[Fuente: International Center of Photography, NYC, EE.UU.]

Si bien el valor técnico de la obra de Weegee ha sido siempre motivo de controversia, es innegable su influencia en numerosos autores, tanto contemporáneos como posteriores. Entre los primeros podría citarse a un joven Stanley Kubrick (1928 – 1999), que remedó en uno de sus primeros trabajos como reportero gráfico las famosas imágenes infrarrojas de Weegee, concretamente aquéllas en las que muestra a una pareja de supuestos enamorados besándose en un cine. Y entre los más actuales, cabe nombrar al japonés Yoshiyuki Kohei, quien en los '70 documentó los encuentros sexuales nocturnos que solían acaecer en la intimidad de ciertos parques públicos de la capital nipona⁵. Ambos fotógrafos emplearon, al igual que Weegee, película infrarroja en blanco y negro para fotografiar impunemente a corta distancia y en la oscuridad.

5 Las imágenes de Kohei recuerdan a la serie de amantes nocturnos, también infrarroja, de amantes que Weegee tomara en la playa de Coney Island.



Figura 7. Yoshiyuki Kohei: "S/T", de la serie "The Park" (1971).
[Fuente: Araki (2007)]

3.2. Fotografía psicodélica

En los años '60 del pasado siglo, apareció en el mercado fotográfico un nuevo material sensible al infrarrojo, esta vez para diapositivas en color. Las imágenes obtenidas con esta película presentan una gran alteración de los colores naturales, lo que se consideró apropiado para ilustrar el enorme cambio conceptual experimentado en aquellos años con la irrupción del movimiento hippie. El hippismo, a menudo asimilado a la psicodelia, supuso la ruptura con la tradición realista (vigente desde la posguerra en su vertiente neorrealista), al tiempo que propugnaba el regreso a la comunión del hombre con el medio natural. Precisamente la naturaleza irreal de las imágenes infrarrojas en color y su carácter novedoso hicieron de esta herramienta un lugar común de encuentro para toda una generación de jóvenes fotógrafos de vanguardia.



Figura 8. Elliot Landy: "John Lee Hooker, NYC" (1968)
[Fuente: <http://www.landyvision.com>]

Karl Ferris (1948), Elliot Landy (1942), Andee Nathanson (1946) o el mismísimo David Bailey (1938) son algunos de los autores de cierto renombre que emplearon este tipo de emulsiones ⁶, siempre a la búsqueda de una visión al-

⁶ Algunos, como Bailey, de modo ocasional.

ternativa de la realidad. Todos ellos seguían de algún modo la moda psicodélica y buscaban con sus imágenes registrar “estados de ánimo” o “paisajes interiores” más allá del espacio físico en que éstos se desarrollan. En ese sentido, tanto el onírico paisaje londinense de la portada del primer álbum norteamericano de Jimmi Hendrix –obra de Ferrys– como el descampado suburbial neoyorquino donde Landry immortalizara al icónico bluesman John Lee Hooker funcionan igualmente como estampas de una experiencia vital alternativa y, en definitiva, de una realidad urbana diferente a la que tradicionalmente ha mostrado la tradición fotográfica.



Figura 9. Karl Ferris: “Are you experienced?” (1967)
[Fuente: Karl Ferris]

Conclusiones

Entre las numerosas aplicaciones de la fotografía infrarroja a la documentación de otras realidades distintas a la observable mediante la visión directa e inmediata de nuestro entorno, figura a menudo la representación del paisaje urbano. Esta peculiar imaginería se configura como relato más o menos realista o fantástico a partir de la experiencia personal de cada fotógrafo. Dos son las corrientes mayoritarias a la hora de afrontar la creación de este tipo de imágenes urbanas. Por un lado, la del fotógrafo–documentalista, quien se sirve del medio infrarrojo para acceder a un mundo externo, real y cohabitado, pero vedado a los medios técnicos tradicionales. A esta corriente pertenecerían autores tan dispares como Theodore Horydczak o Yoshiyuki Kohei. Por otro lado, el fotógrafo–autor, cuya máxima pretensión consiste en dar a conocer su particular e introspectiva visión de la realidad urbana, distinta de la percibida por el resto de mortales. Este segundo grupo, cuyo mayor exponente sería el fotógrafo norteamericano Weegee, aprovecha la extraordinaria capacidad descriptiva del medio infrarrojo para generar una obra personal que trasciende lo meramente documental sin por ello dejar de mostrar (a menudo de forma directa, nada metafórica) los hechos tal y como suceden.

Referencias

- Araki, N. (2007). Down in the park. Yoshiyuki Kohei's Nocturnes. En *Aperture*, nº 188, pág. 83.
- Eastman Kodak Company (1938). *The photography of colored objects*. [14ª edición]. Rochester: Eastman Kodak.
- Fellig, A. (1955). Candids in total Darkness. En *Photography Handbook*, nº 269, págs. 50 – 53. Greenwich: Fawcett.
- Gómez, D. (2010). *La función de las emulsiones infrarrojas en la construcción del espacio fotográfico percibido estéticamente*. Tesis doctoral. Director: Dr. Francisco García. Depto. CAP2, Facultad CC. de la Información. Madrid: UCM.
- Lécuyer, R. (1945). *Histoire de la photographie*. Paris: SNEP-Illustration.
- Seabrook, W. (1941). *Doctor Wood, modern wizard of the laboratory*. Nueva York: Harcourt, Brace & Co.
- Wood, R.W. (1910). *Photography by invisible rays*. En *The Photographic Journal*, vol. 50, págs. 329 – 338.

LA PERIFERIA CREATIVA DE LAS CIUDADES. EL PAPEL DE LO ARTÍSTICO EN LA FORMACIÓN Y ACTUALIDAD DE LA METRÓPOLI PARISINA

M^a del Pilar Aumente Rivas

Profesora Titular de Comunicación Audiovisual

Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Avenida Complutense s/n (España) 28040 Tlfn: 913942052

Resumen

París se fue configurando a lo largo de su historia con las sucesivas absorciones de barrios desarrollados como excrescencias (faubourgs) del núcleo urbano. Tras la anexión de 1860 se convirtieron en quartiers (barrios) de los nuevos arrondissements (distritos). En algunos de ellos se produjo una auténtica explosión de creatividad. El caso más destacable y más renombrado es el popularmente denominado Montmartre que se corresponde con varios quartiers del 18 arrondissement (Butte Montmartre) y se continúa en los alrededores del distrito 17 (determinados enclaves próximos: Place de Clichy) e incluso zona norte del distrito 9 (Pigalle). Con las demoliciones y la destrucción del tejido urbano del centro de París, se produjo una emigración de la población hacia la periferia en zonas poco equipadas pero con alquileres más baratos. Los jóvenes artistas, portadores de la llama de la renovación se vieron obligados a trasladarse y en su elección primaron criterios económicos, de agrupamiento y posibilidad de ocio. Su instalación en esa zona, aún descolgada del centro, periférica en definitiva, forjó una de las fuerzas más potentes de generación de identidad de la ciudad y de potencialidad de atracción de la misma, que se mantiene todavía.

En la actualidad, el deseo de vertebración social en la metrópoli ha impulsado la creación y fomento de centros, así como de plataformas artísticas, redes y acciones coordinadas que han instaurado un anillo artís-

tico de primer orden en torno al corazón de París, que -a pesar del efecto nefasto de la crisis económica, que atacando con insistencia ha llevado, por desgracia, a cerrar alguno de ellos- ha hecho imprescindible atender y conocer pormenorizadamente para entender el panorama artístico emergente y consagrado, no sólo de París, sino contemporáneo más puntero en general. El trabajo de Les Laboratoires d'Auvergniers, el MAC/VAL, el centro Mains d'oeuvres, Synesthésie, L'Abbaye de Maubuisson, etc... están más allá de las investigaciones formales del lenguaje artístico expandido y se inscriben en las áreas de la imaginación para el entendimiento y el diálogo en la vida ciudadana; aplicando políticas de integración social desde la perspectiva del respeto, trabajando en definitiva en la investigación y producción de sentido y haciendo crecer a los ciudadanos de esa gran metrópoli que es París como ciudadanos del mundo, en un difícil, pero no imposible, equilibrio que pretende armonizar distintas identidades: de origen y de adopción. En ese punto, la periferia está aportando -desde una realidad en tensión- fórmulas de interacción entre comportamientos y creencias, entre formas de vida y pensamiento diversos, que permitan comprender y valorar lo común; pero aún más, la importancia y belleza de lo diferente. Y todo esto, desde el impulso de las formas de expresión más avanzadas e innovadoras en el ámbito convencional y sobre todo en el tecnológico

Palabras clave

Ciudad Contemporánea, Barrios Artísticos, Periferia, , Paris, Montmartre, Arte

Introducción

Durante casi un siglo, desde mediados del siglo XIX al estallido de la segunda guerra mundial, la ciudad de París protagonizó uno de los periodos de mayor creatividad de la historia. En ella, en sus barrios, en sus calles, en sus plazas, en sus locales, en las actividades y en las relaciones que propició, resplandeció un élan creativo pocas veces conseguido, que configuró gran parte de la identidad de la ciudad.

Montmartre, cuna de los barrios artísticos contemporáneos por excelencia, canalizador de esa fuerza creativa durante gran parte del periodo, constituye una muestra autorizada del potencial creativo que puede darse en las zonas no centrales de las ciudades. Village cercano a París finalmente absorbido en la Metrópoli, tardó en verse y ser visto, como parte integrante de la ciudad y mantuvo una condición periférica intramuros, cuidadoso de siempre de mantener su condición diferenciada con respecto al resto de la gran ciudad.

Las glorias artísticas de Montmartre son ya recuerdo, y la periferia actual induce y potencia lo que allí, en su momento, surgió espontáneamente. En efecto, en la actualidad, los núcleos suburbanos situados más allá de los boulevares de los mariscales, que constituyen la llamada Agglomeration de París, -organizada en una doble corona periférica-, entienden que el aspecto creativo es vector fundamental para la cohesión social, el sentimiento de arraigo ciudadano, la educación y la mejora de la sociedad en general. Para conseguir esos objetivos los Departamentos y los Communes de ese doble halo periférico, han potenciado la presencia de estructuras y redes, muchas de ellas desde su autonomía de gestión artística, que han venido dando muy buenos resultados. En estos momentos de crisis, la situación se resiente, pero se está produciendo una readaptación que permita, sin renunciar a los objetivos prioritarios, mantener una red cultural sostenible en la que la creatividad surgida o estimulada por, y desde la periferia, posibilite seguir compartiendo logros con la Ville de París.

La investigación se enmarca en el ámbito de anteriores trabajos realizados por la autora sobre Barrios artísticos de París, en cuyo marco ya ha estudiado el barrio de Montparnasse en su gestación, desarrollo y actualidad. Se inscribe asimismo en investigaciones llevadas a cabo sobre el fomento cultural de la Banlieue parisina. Estos trabajos se corresponden con líneas de investigación del grupo de Investigación Consolidado UCM “ARTE, ARQUITECTURA Y COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD CONTEMPORÁNEA” y, en sentido más amplio, con las investigaciones sobre barrios artísticos que en los últimos años vienen realizándose a nivel internacional.

Objetivos

Establecer el valor de las zonas periféricas de las grandes ciudades europeas en los momentos de gestación de la metrópolis.

Observar los cambios, variaciones, alteraciones o desapariciones del fenómeno que puedan detectarse en la actualidad, eligiendo el seguimiento de alguno de los barrios artísticos de la muestra elegida, en este caso, París, a través del Barrio de Montmartre, y algunos barrios periféricos de las banlieues actuales.

Metodología

Se ha seguido una metodología mixta, que contempla el análisis de fuentes escritas y visuales: (pintura, escultura, dibujo, grabado-ilustración, fotografía, planos geográficos, topográficos, urbanísticos, arquitectónicos etc...), audiovisuales etc... análisis de la bibliografía específica, localizada en Archivos,(fundamentalmente franceses), Centros de investigación, Bibliotecas especializadas, Hemerotecas, Centros de Arte, Museos, Galerías, recursos digitales, portales, páginas web etc... Revisión in situ, localizaciones de los centros y análisis de manifestaciones artístico culturales, tomando como muestra preferentemente, aunque no en exclusividad, zonas cercanas al Montmartre de la vanguardia etc.... Caracterización de Montmartre en sus aspectos creativos en la gestación y desarrollo de su periodo de esplendor y en la actualidad. Caracterización de los recursos empleados en Banlieue para impulsar la culturización y creatividad de la zona rastreando las consecuentes implicaciones sociales, en caso de que se produzcan.

Durante siglos, Montmartre fue una colina próxima a París poco poblada y coronada desde antiguo por molinos (llegaron a ser 30) entornados de campos cultivados y viñas; durante siglos fue administración parroquial independiente. El “enceinte d’octroi” (1787) de los Fermiers-Généraux la dejó dividida a media pendiente e integró en París la parte sur, incorporándola al, hoy, 9ème arrondissement. Más tarde, pasó a ser “commune” manteniendo su independencia de París.

La creación en 1860 del 18ème arrondissement la subsumió por derecho como parte integrante del nuevo París de los 20 arrondissements de Napoleón III. No obstante, Montmartre seguirá durante tiempo siendo considerado periferia intra-muros, fuera de las rutas ciudadanas de paseo o comerciales, lo que permitió a sus habitantes mantener un tipo de vida bastante natural, a pesar de su vinculación capitalina; aspecto que los seguidores de Jean- Jacques Rousseau supieron valorar. Montmartre conservaba algo de su carácter espontáneo, frente a la artificialidad de la vida en la nueva metrópoli contemporánea. Todo ello hizo posible unos alquileres a precio muy módico, asequibles a los bolsillos más débiles, lo que fue muy tenido en cuenta por los artistas que difícilmente podían sobrevivir en los quartiers del Paris Haussmanniano.

Elementos Caracterizadores:

1.Lugares de ocio y comunicación, Publicaciones, Ateliers y otros ámbitos de creatividad y difusión.

Desde tiempo atrás, la situación de Montmartre, fuera de las murallas, favoreció la instalación de guinguettes (merenderos) y pequeños establecimientos de ocio, donde se bebía y disfrutaba del tiempo libre sin pagar el impuesto del vino. Tabernas Goguettes, Guinguettes y Bailes se distribuían a lo largo de los antiguos muros de la ciudad, de ahí su asentamiento en el boulevard de Clichy y de Rochechouart, cuyos ejes se reorientan sobre el antiguo muro salpicado por las barrières.

En este ambiente se asentaron algunos establecimientos de comidas que a ciertas horas se convertían en bailes. Algunos, creados en el siglo XVIII se convirtieron en legendarios: “Le Petit Ramponneau”, “Le Père Lathuille”,

inmortalizado por Manet. Otros eran bailes declarados como tal como “Le Chateau-Rouge, con sus grandes fiestas y fuegos artificiales¹.

Otro de los locales era “L’Élysée Montmartre”, donde artistas como Zola, Maupassant y Toulouse disfrutaron sus bailes y sus espectáculos de alta categoría. Entre los bailes acogidos por el establecimiento destaca la primera edición del Baile de los “QUAT “Z “ ARTS”, organizado por los estudiantes de Bellas Artes y para el que colaboraban los alumnos del resto de talleres diseñando los trajes. El baile resultaba cada año una explosión de creatividad².

La atracción de Montmartre sobre los artistas se desarrolla fundamentalmente en el siglo XIX, aunque algunos dibujantes y pintores dedicaron obras a la zona con anterioridad (Flamen S. XVII, Cochin S. XVIII...); uno de los primeros pintores que en ese siglo pintaron Montmartre con asiduidad fue Georges Michel, aunque no parece haber vivido en el barrio. Gericault, por su parte, visitaba con frecuencia la zona.

Los artistas del realismo se aficionaron a reunirse en la “Brasserie des Martyrs”. Boudin, Courbet, y algunos futuros impresionistas como Renoir y Monet, así como otros artistas de diversas tendencias y niveles, pasaron por la brasserie³. Algunos de ellos sustituirán esta zona por la tranquilidad de lugares más altos. Renoir fue un claro ejemplo de esta subida hacia la Butte o, al menos, a los bulevares de Clichy y Rochechouart.

De la misma manera que Courbet fue el centro en la « Brasserie des Martyrs » (y en la « Andler »), Manet le sustituiría como referencia en el « Café Guerbois » (en la, entonces, rue de Batignoles⁴. Desde 1866 un gran número de artistas se convirtieron en habituales de lugares cercanos a la place de Clichy. Se trataba no únicamente de pintores, sino de grabadores y literatos. Le sustituirá el « Nouvelle Athenes » en la Place Pigalle. Allí se irán reuniendo de nuevo, manteniendo las relaciones entre pintores, literatos, críticos etc... Músicos como Ravel y Satie se irán incorporando.

Degas, Moreau, Toulouse Lautrec, Goupil, Cormon, Carrière-Belleuse y otros coincidían, a su vez, en « La Rochefoucauld ». Por su parte Verlaine y Rimbaud preferían el « Rat Mort » uno de los cafés más antiguos de Pigalle, en el que se respiraba una atmósfera de libertad que facilitaba el intercambio de ideas. El cierre de otro café montmartrois, « Le Tambourin » (1885-89), transformó el ambiente del « Rat » a finales de la década del 80. Aquel local había incorporado un aspecto muy a tener en cuenta como caracterizador de Montmartre: la exposición de obra de los artistas habituales.

En las cercanías, « La Taberne de Bagne » (1885...) y El « Le Divan Japonais » (1888...) incorporaban espectáculos con música, cantantes y mujeres del espectáculo, como Ivette Gilbert o Jean Avril. Otro de los establecimientos muy frecuentado fue « L’Auberge du Clou » dirigido por un hombre favorecedor del arte, aunque no un conocedor, que tuvo el talento de contratar a Satie. « La Grande Pinte » tenía caveaux en las que, a los postres, se recitaban poemas, y se entonaban canciones. Fue el lugar en el que Goudeau - fundador del club de los Hydrópatas, quienes tuvieron allí su sede durante un tiempo-, gestó la idea de la publicación de un journal.

1 Sarmiento, D.F. Viajes por Europa, Africa y América, Universidad de costa Rica 1996, 457)

2 Durante años, el baile, de gran repercusión, fue teniendo lugar en distintos locales, entre ellos el Moulin Rouge.

3 Entre otros: Duranty, Champfleury, Henri Mürger, el periodista Aurelien Scholl, el escritor de costumbres Alphonse Daudet, al comprometido communal Jules Vallés, el escritor Charles Monselet.

4 REWALD, J. Historia del impresionismo. Seix Barral 1972, pág 32 para la B. des Martyrs, 179 y ss. para el Café Andler.

El club de los Hydrópatas fué uno de los grupos más interesantes del Montmartre de la época; Goudeau, tras una conversación con Charles Cros, - poeta que contrataba a un actor para que le recitara en público los poemas que él escribía -, ideó el recurso de que fueran los poetas mismos los que en una velada recitaran sus propios palabras y entonarían sus canciones personalmente. Lo que en principio comenzó a hacerse en pequeñas salas, se fué llevando a escenarios y a salas más grandes, algunas con capacidad para unos 500 espectadores, quienes, a su vez, podían intervenir como participantes⁵.

En este local Goudeau y Salis se reunieron por primera vez y el encuentro marcó la decadencia de « La Grande Pinte » y el ascenso de « Le Chat Noir ». Los Hydrópathes se mudaron al recién inaugurado cabaret y comenzó así la más atrayente e importante aventura del Montmartre fin de Siglo.

Rodolphe Salis, contactó con Maurice Petit miembro de los Hydrópathes y se decidió a regentar un cabaret al que dió el nombre de « Le Chat Noir » (1881). Con el apoyo de Goudeau y los Hydropathes, (literatos, grafistas, músicos, pintores y grabadores), el cabaret se afianzó en su carácter artístico⁶. La presencia de estos vanguardistas va atrayendo paulatinamente a otros. La instalación de un piano colaboró a la presencia de músicos⁷. La participación de chansonniers y performers que practicaban la sátira social y política fue en aumento, lo que estaba en línea con el espíritu irónico y de parodia que impregnaba la comunidad artístico-literaria de la que participaban los Hidrópatas, junto con otros cenáculos parisinos. Lo cómico, la burla, el sinsentido y el absurdo instauran las bases de lo que podríamos llamar un proto Dadá y un lecho imprescindible para muchas de las posteriores propuestas Duchampianas⁸.

La fama del cabaret y sus publicaciones se vió incrementada con la incorporación en 1885 del teatro, primero de marionetas y después denominado de sombras, en el segundo piso del Cabaret⁹; Como consecuencia, el « tout Paris » se moviliza hacia Montmartre para ver los distintos espectáculos desarrollados con las marionetas de zinc recortado, creados por Somm, por Rivière, Caran d'Ache, Lunel etc...¹⁰ Cuando el Chat Noir dejó la avenida Rochecouart y se trasladó « a explorar las regiones del Sur » (1885), Bruant uno de sus asiduos, conocedor del trabajo de los grupos desgajados de los Hydropatas, compró el local, le dió el nombre de « Le Mirliton » y lo transformó en un recinto en el que los clientes eran imprecados, iniciando con ello la estética de la « bofetada al

5 Goudeau, Dix ans de Bohème, 129-30 en Moore Whiting, S. Satie the Bohemian, 35-36. Goudeau se paseaba por la sala apuntando el nombre de todos aquellos que deseaban intervenir, comenzada la sesión eran llamados paulatinamente para intervenir ante el público.

6 En 1881 el grupo se escindió en Les Hirsutes, posteriormente denominados los Zutistes, el grupo de Les Harengs Sours Epileptiques Baudelairiens et Anti-Philistins de Léandre y Signac, los Phalansteriens de Montmartre y los « Incoherentes » en torno a Jules Lévy.

7 Fields, Armond. Le Chat Noir. A Montmartre Cabaret and its Artists in Turn-of-the-Century Paris. Santa Barbara. Santa Barbara Museum of Art 1993.

8 (The spirit of Montmartre, 7) Vide también Introduction. Chapter Ten. « Le Courier français, Géraudel Cough Drops, and Advertising as Art ». In Scenes of Parisian Modernity. Culture and Consumption in the Nineteenth Century. N.York. Palgrave Macmillan 2009, pág 205-6.)

9 Una versión, derivada y actualizada por Henry Rivière, del teatro de sombras chinescas que ya había introducido Séraphin en la escena parisina desde el boulevard du Crime.

10 Diecinueve artistas crearon obras para el teatro de sombras que llegó a montar 43 piezas acompañadas de música de piano. Otros Teatros de Sombras: Le Auberge du Clou y Le Rochefoucault...

burgués », en sentido figurado, que tanto desarrollo va a tener posteriormente. Allí cantará sus canciones acompañado por un pianista. Anquetin, Courteline, Steinlen y Toulouse Lautrec, fueron asíduos. A su vez, Bruant expuso obras de sus amigos en las paredes del cabaret. Editó un Journal en el que publicaron dibujos: Lautrec, Forain Steinlen, Pille y Uzés, entre otros.

Otros muchos cabarets se instalaron en los entornos de la avenue Clichy y Rochechouart algunos siendo más populares fueron asimismo lugares de estimulación creativa, como el Moulin Rouge. Algunos de ellos, ya sea por sus decoraciones o por los rituales a los que se sometía a los clientes, mantenían, si no un aire artístico, si un planteamiento creativo : los cabarets del Enfert y del Ciel, el cabaret du Neant etc...eran en este rango, muy conocidos.

En la parte alta, en la Butte, algunos de los cabarets frecuentados por los artistas eran mas bien tabernas, en las que chansonniers y cantantes populares entretenían a la clientela, como ocurría en el caso del « Lapin Agile » que andando el tiempo Bruant compró para encargar de su gestión a Fredé, ya que a este le habían cerrado la taberna que poseía frente al Bateau-Lavoir: el « Zut »¹¹.

Los españoles de la Butte habían tenido al « Zut » por refugio; allí celebraban sus reuniones. Manolo Hugué, Pichot y Picasso eran asíduos del « Zut », por lo que decidieron decorar los muros de la sala que utilizaban como lugar de reunión, para hacerla más acogedora, con algunas obras hechas « in situ »¹². El local fué considerado guarida de anarquistas y fué cerrado por orden de la prefectura. Con el paso de Fredé al « Lapin Agile » sus amigos pintores que se convirtieron en asíduos del establecimiento, le regalaron de nuevo obra para su decoración¹³.

Muchos otros cafés y cabarets acogieron a los artistas, sus tertulias y sus debates, sin ellos no podría entenderse la dinámica de los movimientos artísticos de la época, su aportación será continuada por los cafés, casas de comidas y bailes del barrio de Montparnasse, en la rive Gauche.

Publicaciones de todo tipo animaron el quartier. Estas publicaciones exploraban el panorama cultural de la época y sirvieron de vehículo de difusión de obras e ideas. Eran, con frecuencia, publicaciones dedicadas a cuestiones de actualidad política y cultural, patrocinados por el propio cabaret o café, en las que los textos solían ser creativos y las ilustraciones fundamentales, a menudo caricaturas, lo que propició el florecimiento de esta forma de expresión artística contemporánea. El humor, la ironía, la crítica y la apuesta por opciones artísticas de innovación, venían a ser rasgos comunes a la mayoría. Sarrazin, el propietario del Divan Japonais, favoreció la aparición de una publicación, primero llamada La Lanterne Japonais (1888-89) y después Le Divan Japonais, ilustrada en su mayor parte por Auriol. El café La Rochefoucauld también editó un journal con carácter de monografía dedicada en cada número a un artista¹⁴. También el Zut editó una publicación, muy modesta, de una pocas hojas que sirvió para dar a conocer a aquellos escritores y artistas que lo frecuentaron.

11 Crespelle, Jean-Paul. Da una descripción muy vívida del « tugurio » de Fredé. La vida cotidiana de Montmartre, Barcelona, Argos-Vergara 1983. pág. 116-7).

12 Picasso pintó unas Tentaciones de S. Antonio y un Retrato de Sabartés ; Pichot un dirigible sobrevolando la Torre Eiffel.

13 Un Suzanne Valadon, varios Utrillo, un autorretrato de Picasso vestido de Arlequin, alguna de Poubolt y otras de autores menores.

14 Levy, Suzy. « Les cafés montmartrois au XIXe siècle, lieux de communication ». Communication et langages. 1995, n° 103, pág. 69. Posibilidad de consulta en línea

La publicación del periodico L'Hydropathe, una de las primeras publicaciones de Montmartre con material literario y artístico, que daba a conocer pequeños relatos, dibujos, historietas, poemas etc se editó un tiempo desde La Grande Pinte. Le Chat Noir, periódico con el nombre del cabaret y el subtítulo de Organe des intérêts de Montmartre. Hebdomadaire littéraire et artistique (1882) tuvo a Goudeau como redactor jefe, Henry Riviere como maquetista, y Willette, Caran d'Ache y Steinlen como ilustradores principales. Junto a pequeños relatos, poemas y otros escritos de pequeño formato incluía crónicas de exposiciones, tomando parte en el debate sobre el arte del momento¹⁵. El gran éxito del hebdomadario rebasó no solo a Montmartre y París, sino que tuvo repercusiones europeas. Esta publicación pronto fue sustituida por otra revista titulada Tout-Paris, cuya existencia fue efímera.

Bruant editó desde Le Mirliton un journal con el mismo nombre y posteriormente una revista, La Lanterne de Bruant, en la que se publicaron sus canciones. Muchos otros surgieron con variada suerte. Distinto carácter tuvo Le Courrier Français, un periódico no financiado por un cabaret. Journal no especializado, cuya orientación cómica fué virando hacia un tinte irónico, hasta llegar a lo satírico. Forjó una fuerte vinculación entre ilustración y diseño de carteles para su propia publicidad, recabando la colaboración de numerosos artistas. De la publicación se desprende un posicionamiento antisistema en apoyo de la cultura popular, las fiestas, el circo, el carnaval, la feria y atención a las manifestaciones creativas de la calle, muy montmartrois

Estas publicaciones, y otras muchas de carácter a veces muy efímero, jugaron un papel muy importante en el debate artístico-cultural del momento y en la difusión de los planteamientos artísticos; a su vez, contribuyeron de manera específica al desarrollo de géneros como el dibujo sociopolítico y la caricatura.

Los más de 500 artistas que entre 1860 y 1913 pasaron por Montmartre¹⁶ se albergaron en distintos tipos de alojamiento: hoteles, fondas, ateliers, cabañas del Maquis, cités-ateliers etc... falansterios como el del Impasse de Guelma (), el de la rue du Delta, el Bateau-Lavoir (incendiado y hoy reconstruido), la Cité des Fusains (rue Tourlaque), la Cité Malheshesbes, (la denominada segunda generación de artistas que habitó esta pequeña colonia de artistas después de 1870, participó del espíritu del Montmartre bohemio. La Ville des Arts (1890), recuperó en su parte baja materiales de la Exposición Universal de 1889. Las casetas de « Le Maquis » ofrecieron refugio en momentos de extrema dificultad a muchos de los que mas tarde llegaron a ser grandes del mundo artístico.

Los Talleres-Escuela como el de Cormon¹⁷, actuaron de lugar de contacto entre los artistas mas destacados de la renovación artística parisina. Allí se experimentaron nuevos recursos, a pesar de las ataduras particulares de los profesores.

En el encuentro entre la rue des Martyrs y el Boulevard Rochechouart los artistas de la bohemia encontraban un ambiente acogedor en el café del Circo Medrano (antiguo circo Fernando). Renoir, Degas, Forain, Gervex, Toulouse-Lautrec, Seurat, y más tarde Rouault, Van Dongen y, desde luego, Picasso, acudían allí a disfrutar de los espectáculos y a charlar con los payasos y las gentes del circo, a las que hicieron protagonistas de sus obras.

Ciertamente, Montmartre no va a ser un quartier de galerías, sin embargo, sus cafés y cabarets propician la

15 Ibidem

16 Delorme, J.-Cl. y A.-M. Dubois. Ateliers d'Artistes à Paris Paris. Parigramme. 2002, pág. 70.

17 Abierto en 1880 en la Place Pigalle. Aunque regentado por un pintor académico, concentró a grandes figuras de la vanguardia artística (Toulouse Lautrec, Bernard, Van Gogh).

difusión de obra, convirtiendo sus salas en lugar de exposición. En « Le Tambourin » resultó significativa la organizada por Van Gogh en la temporada 1886-7, en la que Bernard vendió su primera obra¹⁸; También « L' Abbaye de Thélème », en la place Pigalle, prestaba sus salones a los artistas por un periodo máximo de dos meses¹⁹. El Mirliton de Bruant se sumó a esa función de los cabarets montmartrois exponiendo obra de sus artistas asiduos.

Sin embargo, en estos casos, ni los directores de los cabarets eran profesionales de esa tarea, ni los artistas que ocasionalmente organizaban alguna, lo hacían de forma sistemática. Para encontrar a alguien en esta línea habría que mencionar a Berthe Weil, ella fue durante muchos años la más seria referencia en Montmartre y la única en un primer momento para los jóvenes artistas.

La mayor parte de las opciones se reducían a trueque en las casas de venta de materiales para pintar, tiendas de marcos, de telas de colchón (Père Soulié) etc... en las que se depositaba obra como pago; algunas de ellas se concentraban en los alrededores de la Place Pigalle y alguno en la Av. Troudaine (Libaude)²⁰. Clovis Sagot, desde el 9ème, se planteó como objetivo trabajar exclusivamente con los artistas de la Butte y se puede decir que « casi vivía en el Haut Montmartre », por ello se le consideraba como un montmartrois, tenía fama de aprovechado²¹. Père Tanguy, durante un tiempo vendedor ambulante de colores para artistas en Barbizón, Argenteuil etc, cuando se asentó en un establecimiento propio ayudó a los artistas. Les suministraba material y también exhibía obra para promocionarles, a condición, según Vollard, de que mantuvieran la moralidad, no fueran a los cafés y no apostaran en las carreras²².

La llegada de aficionados y coleccionistas de algún peso tuvo lugar avanzado el tiempo: Marcel Sembat, diputado socialista por Montmartre quien logró hacer una colección importantísima de arte contemporáneo de su época; el ciego monsieur Angely y finalmente los estadounidenses Stein y los rusos Morozov y Stchoukine.

2.Eventos efímeros e intervenciones en el espacio público.

La Vachalcade y la Exposición de las Artes Incoherentes fueron quizá las dos manifestaciones más interesantes de la vida artística de Montmartre. La primera enteramente desarrollada en las cales de la Butte Montmartre, la segunda gestada e impulsada desde Montmartre se materializó en les Petits Champs y en el VI. ème arrondissement.

Un acontecimiento de menos vuelo, teñido de objetivo publicitario, pero de gran creatividad y repercusión en el entorno de los acontecimientos en la urbe, fue el traslado del Chat Noir, desde su sede en el entorno del boulevard de La Rochechouart hasta la nueva sede en la rue Victor Massé ; todo un acontecimiento organizado a modo de espectáculo público, a medio camino entre la cabalgata y la procesión. Salis, a caballo tras un el trompetero que abría el cortejo, iba seguido de Verlaine, Jouy, Armand Masson, Léandre, Auriol etc... quienes,

18 Cabarets of Montmartre. Salt Lake City Gibbs M. Smith Inc., 1984, 57.

19 Oberthur, Mariel, Cafes and... p. 80

20 NOTA : Crespelle, Jean-Paul. La vida cotidiana en el Montmartre de Picasso, 163.

21 Martin-Fugier, Anne. La vie d'artiste au XIX siècle. Hachette. Pluriel. 2007, 237-238. Muchos de ellos no exponían en su galería, que permanecía con las paredes vacías y servía de despacho de venta.

22 Martin Fugier, A. La vie d'artiste au XIX siècle, 198.

como el resto de los intervinientes, más que disfrazados, vestidos, expresaban con su atuendo conceptos en los que se basaba el espíritu del Chat- Noir.

Por su parte, la Vachalcade (Promenade de la Vache enragée) se organizó en respuesta satírica a la opulencia evocada por la reinstauración en París (1895) del desfile del Boeuf Gras²³. Con este motivo en 1896 Joseph Oller, codirector de El Moulin Rouge organiza, a instancias de Sallis (Le Chat Noir), para Montmartre, la primera Vachalcade o desfile de la Vache Enragée, instaurada con ánimo de continuidad, como “cabalgata de los artistas y los pobres”.

Las carrozas salieron de la Place Blanche e hicieron el recorrido por Montmartre hasta retornar al punto de partida. Willette -que participó en esta primera edición diseñando carrozas como la de La Poesía, conducida por Apolo rodeado de las Musas y de numerosos poetas, así como la del Moulin de la Galette, cargada con “endiabladas” danzarinas- ilustró, asimismo, el suplemento del Petit Journal del 22 de marzo²⁴, y se encargó, al año siguiente, de organizar la segunda edición de la Vachalcade (1897). El desfile de carrozas alegóricas, acompañadas por música y por mimos que ofrecían pequeñas actuaciones y danzas cortas, discurrió para regocijo de todos, por las callejillas de Montmartre. Willette vestido de Pierrot, y Cleo de Merode, que aparecía como la encarnación de la Belleza, coronaban, junto a otra legión de personajes a los que daban vida artistas de la Ópera de París, a la Musa de Montmartre personificada por Marguerite Stump²⁵.

Tras esta segunda aventura, de un gran éxito popular, pero de gran fracaso económico, la Vachalcade dejó de convocarse.

A medio camino entre actividades al aire libre y desarrollo en recintos interiores está la propuesta del grupo de los Incoherentes. Los logros de las programaciones de los Incoherentes en sus exposiciones fueron semilla fecunda en lo literario y lo visual, cuya herencia posibilitó lo que más tarde habría de llamarse Dada, incluido Duchamp, las posteriores manifestaciones neo-dadas. Hacer reír y no dominar las técnicas artísticas fueron valores de peso para ser considerado un incoherente. La idea de la formación de un grupo, escindido de los Hydropathes, parte de Jules Lèvy (1882) en el entorno montmartrois, y el Chat Noir juega un papel fundamental en su gestación y desarrollo. En las exposiciones que organizaba abrió las puertas a obras (dibujos) realizados en cualquier material y sobre cualquier tema. A partir de 1885 hasta 1893 en que tiene lugar la última, estas exhibiciones anuales se planificarán incluyendo un baile. El Chat Noir editó alguno de sus catálogos y Jules Chéret, Steinlen y otros grafistas trabajaron codo a codo con los literatos y artistas que participaban, como Rodolphe Allais -quien, tras sus contactos con los hydropathes, investigó en monocromías que supusieron la ruptura más fuerte de finales de siglo. Otros artistas plurifacéticos fueron capaces de expresarse en distintos lenguajes artísticos (E. Bataille: Monna Lisa Fumando en pipa).

23 Cabalgata que venía realizándose en París desde antiguo, que hacía procesionar, exhibiéndolo, al buey más entrado en carnes, a juicio de los carniceros de la zona.

24 MELLOTT, Philippe. *La vie secrète de Montmartre*. S.L. Omnibus 2008, pág 43.

25 Este desfile fue la base del musical “La coronación de la Musa” que vio la edición de la partitura en 1898. En los decorados de sus presentaciones al aire libre, se representaba la Butte de Montmartre.

Las actividades desarrolladas en los interiores de los cabarets, tabernas y estudios que actuaron en muchas ocasiones como auténticos centros de arte, así como las actividades desarrolladas al aire libre, en la calle etc... nos hacen ver a Montmartre como catalizador y sede de la colaboración de artistas, pintores, dibujantes, caricatos, diseñadores gráficos, escritores, compositores, chansonniers-performers y gentes creativas de todo tipo; un reducto de igualdad entre las artes, centro impulsor de revistas y distintos tipos de publicaciones, de piezas dramáticas, espectáculos de muñecos, y otras formas creativas, como el teatro de sombras, performances, prothappenings y otros sistemas de expresión, algunos de ellos cercanos al protocinema²⁶.

Aunque el ambiente de Montmartre se complicó en la etapa denominada de los Apaches, la fama de la butte como barrio de la bohemia artística fructificó. Un indicador claro de la revalorización de Montmartre fue la apertura de la rue Junot (posteriormente avenida) que conllevó la paulatina desaparición iniciada en 1902 de “Le Maquis”, reservorio de huertos y jardines, plagado de pequeñas construcciones efímeras realizadas en cartón y planchas de uralita, convertidas en infraresidencias de clochards y artistas desheredados de la fortuna: Modigliani, Paco Durrio, Constantin-Weyer, Jacques Villon -en la frontera del Maquis- y con él, antes de su partida a Puteaux, Marcel Duchamp, también Steinlen (en el límite del Maquis), etc..., La zona adquirirá cierto estatus económico en la que menudeará el Art Decó.

La llegada de la línea 2 del metro a la estación de Pigalle contribuyó a la paulatina decadencia artística de Montmartre. El metro facilitaba la salida de la Butte, y para 1911 posibilitaba el traslado rápido a Montparnasse; lo que potenciaba la comunicación mejorando el acceso, fue la clave para vaciarla de artistas. Montparnasse iría sustituyendo a Montmartre; no obstante, hasta la llegada de los años veinte vivió de las pasadas glorias, pero el tiempo agigantaría su leyenda. El bajo Montmartre, clasificado como barrio caliente, sin embargo, la Butte, ha permanecido, en alguna forma aislada, con cierto aire periférico. La museización actual del conjunto del quartier le ha transformado en una especie de decorado teatral que corona en la Plaza du Tertre. La instalación del Museo del Vieux Montmartre mantiene viva la memoria de lo que fue el village y su conversión en el enclave de la efervescencia creativa; hoy forma parte de un proyecto de actualización, que potenciará el quartier. Posteriormente se han abierto varios espacios dedicados a algunas figuras de relevancia que pasaron por Montmartre, como por ejemplo, el espacio Dalí...; se ha habilitado un llamado Museo de Art Brut que sigue luchando por llegar a ser referencia; se mantienen y se han ampliado el número de ateliers para artistas; se han abierto nuevas galerías de arte; sin embargo, todo parece estar programado para satisfacer las necesidades de los turistas que abarrotan cada día la zona.

Montmartre era percibido como barrio no integrado, a su vez celoso de su autonomía respecto a la metrópoli y reivindicador en distintos momentos de su carácter independiente (en 1920 Depaquit y otros montmartrois fundan la Commune Libre de Montmartre); sin embargo, fue precisamente ese barrio periférico el que impulsó la leyenda y parte de la realidad identitaria del Paris representante de la ciudad impulsora del arte. Ese carácter lo mantuvo la ciudad hasta la Segunda Guerra Mundial, y aunque no ha renovado a la misma altura esa categoría, en una parte importante vive del recuerdo de esa caracterización comenzada en Montmartre y continuada posteriormente por Montparnasse.

26 The Sprit of Montmartre: Cabaret, Humor, and the Avant-Garde 1875-1905, 4.

.La periferia actual de París

Si Montmartre fue manantial fértil para el arte, en la actualidad, se intenta que el arte sea fuerza impulsora, manantial de agua integradora y potenciadora de las gentes y de los barrios deprimidos de la periferia parisina. Esto sucede en la vecindad de Montmartre: en Saint Denis, Saint Ouen y Aubervilliers, pero también en el Blanc Mesnil, Montreuil, Vitry sur-Seine, Breigny, Val D'Oise, Marne la Vallée... es decir, en la periferia más cercana, pero también en la segunda, o gran corona, de París. Este esfuerzo cohesionador se apoya fundamentalmente en la instauración de Centros de Arte e instituciones artísticas y culturales muy activos, también en la creación de museos, Salas de Exposición etc..., que mantengan, siempre desde la excelencia, un doble nivel: por un lado, continuidad en la atención a la proximidad y, al tiempo, altura internacional.

La pervivencia del espíritu de Montmartre en las cercanías (Saint Denis) enlaza aquel amor por el circo y la predilección por la fiesta popular en el establecimiento de la Academia de circo Fratellini²⁷. La Academia se estructura como un centro de arte y de formación en las artes del circo. Es una Escuela Internacional Superior de Artes del Espectáculo, muy activa -y con fuerte radicación social-, que está presente en los eventos populares y artísticos programados por el Commune y por todo el Departamento Seine-Saint Denis. El aprendizaje se alterna, durante los tres años que dura la formación, con la puesta en escena y colaboración en eventos realizados in situ, u "hors de murs", por lo que suele participar en eventos de París y su Banlieue.

Para darle mayor efectividad, difusión y capacidad de interacción, las distintas instituciones y plataformas artístico-culturales actuantes en la Banlieue han adoptado una fórmula federada que les estructura y refuerza para el cumplimiento de sus objetivos. Estas redes federadas garantizan la conexión entre las diversas organizaciones por lejanas que se encuentren, conectándoles a través de medios de comunicación. La intención es, no sólo ligar los centros periféricos entre sí, si no, y también, establecer flujos constantes y normalizados entre la periferia y el centro de París.

.Centros de Arte y de Cultura, Salas de Exposiciones, Fundaciones Escuelas de Arte y otras Instituciones para la creación y la difusión del arte.

Hecho un rastreo por cerca de una veintena de instituciones de la periferia de París, se aprecia que en gran parte de estas zonas periféricas se busca que la fundación y continuidad de los centros de arte tenga una fuerte implantación ciudadana. En muchos de los casos, se trata de poblaciones con fuerte inmigración extranjera y se entiende que el arte puede coadyuvar a la normalización de relaciones multiculturales y a la mutua comprensión de las distintas formas de entender el mundo. Diversas instituciones independientes trabajan en la periferia con objetivos de servicio a la sociedad en el entendimiento de que el arte contribuye a la integración armonización y el diálogo de las culturas así como de los segmentos sociales. Ejemplificamos con una de ellas, una de las más interesantes: "Mains d'Oeuvres", lieu artistique, centro de creación, difusión e investigación del arte, pero también de actividades asociativas y ciudadanas, es un ejemplo claro de aplicación a esa tarea. Su incrustación espacial en un barrio de la periferia norte de París, en Saint-Ouen, -commune que históricamente recibió parte del village de Montmartre-, en que la población inmigrante es dominante, en su mayor parte africana y en gran número procedente de Malí, ha hecho que la programación haya girado en ocasiones hacia actividades relacionadas con el mundo malinienne.

27 Annie Fratellini comenzó su carrera como clowns en el circo Medrano de Montmartre.

Sus más numerosas apuestas crecen en relación con proyectos que comportan estancias de artistas en residencia, de larga duración (un año con posibilidad de renovación), orientadas hacia temas y lenguajes emergentes, pero también a aquellos que profundizan en la historia del lugar y ayudan a la comprensión y apropiación afectiva del ámbito o que, como hemos señalado, favorecen la implicación del centro con sus gentes y a la inversa.

En línea con esa imbricación con el sitio puede destacarse el proyecto “Memoria y transmisión de una historia industrial en Saint- Ouen”, que vino desarrollando “Mains d’Oeuvres” desde 2002 a 2005. Busca favorecer e impulsar la transmisión del recuerdo del pasado industrial de Saint-Ouen, para que los jóvenes tengan conocimiento profundo de su entorno a través de los personajes que han sido actores en esa historia, favoreciendo, al tiempo, el desarrollo de valores como la escucha y la atención al otro, el fomento de la curiosidad etc... y a su vez, promover una reflexión sobre la reconversión del patrimonio urbano surgido de la industrialización y su transformación en Museo, hábitat social... y con ello, la reconstrucción de la memoria del Centro. Todo ello vinculado a la finalidad de conservar y reconvertir lo que fue el centro deportivo FERODO/VALEO. Para conseguir estos objetivos han investigado en archivos públicos y privados, en bibliotecas nacionales, en el Instituto Francés d’Architecture, en archivos departamentales y comunales etc... a la vez que en archivos particulares, fotográficos, de coleccionistas de historia del vestido, etc... en los que se contenía documentación sobre el edificio, la empresa y sobre la totalidad del barrio, trabajando sobre el contexto industrial de Saint Ouen y asimismo sobre las políticas sociales que se ponían en práctica, la relación con el quartier “Joliot-Curie, la historia de la empresa y en especial la historia del Centro social y deportivo de la empresa FERODO. Han recogido, en soportes audiovisuales, testimonios de antiguos trabajadores de la empresa pretendiendo captar la memoria viva, íntimamente vivida y cargada de emoción. En otro orden de cosas han trabajado transversalmente con conceptos y valores como la atención al otro generacional, etc... recogiendo materiales audiovisuales resultado de entrevistas a todos los antiguos trabajadores y favoreciendo encuentros entre estos y grupos escolares del barrio.

La vocación de arraigamiento en el locus que entiende el conocimiento del edificio como lugar encarnado, atravesado por las vivencias de quienes lo habitan, quiere cumplirse con esa intercomunicación entre quienes hoy lo viven y los que lo disfrutaron antaño.

Desde hace algún tiempo “Mains d’Oeuvres” trabaja en apoyo de la asociación Kër Thioossane, entidad fundada durante la bienal de Dakar de 2002 que opera en la capital de Senegal como espacio público digital buscando innovaciones sociales y artísticas. Entre sus objetivos hay que valorar el deseo de facilitar, a la nueva generación de artistas, el conocimiento y las herramientas tecnológicas punteras en el medio senegalés. Pretende, igualmente, contribuir al mejor conocimiento de la cultura africana dentro de un clima de potenciación de la diversidad cultural. “Mains d’Oeuvres” colabora asimismo con Arts Factories, una plataforma internacional que dota de recursos a proyectos ciudadanos fundados en el compromiso con la población, por lo que aborda tareas de orientación, conexión, y mediación²⁸. Se trata, en definitiva de un caso representativo de otros que comparten objetivos y similar modo de actuación, aunque difieran en particularidades específicas.

28 <http://www.artfactories.net>). Trabaja igualmente en colaboración con Point Éphémère, entidad fundada en 2002 e instalada en un antiguo almacén de materiales de construcción (Canal S. Martín), que hace una labor de salvaguarda de construcciones fuera de uso, para transformarlos en salas artísticas temporales. El equipo que gestiona este centro, denominado « Usines éphémères » estuvo en el origen de Mains d’œuvres, y, por ende, su estrecha colaboración posterior.

. *Eventos efímeros e Intervenciones en el espacio público.*

La oferta de intervenciones es muy amplia y los niveles de calidad ofrecidos por estas plataformas artísticas son de gran altura, hasta el punto de que la colaboración de sus gestores ha sido considerada en algunos de los casos de tal categoría que París les ha encargado la organización de eventos que los parisinos miman con especial cuidado. En efecto, las dos últimas ediciones de la Nuit Blanche²⁹ han sido Comisariadas por La Directora del MAC/VAL Museo de Arte Contemporáneo de Val de Marne (Vitry sur Seine), Alexia Fabre, y el Encargado de Exposiciones Temporales del mismo, Frank Lamy. El Museo es un establecimiento federado en el Réseau TRAM³⁰. La red anima la escena artística contemporánea en París, así como, y sobre todo, en las banlieues. Para ello, estimulan la creación artística y contribuyen a su difusión colaborando en la organización de exposiciones y eventos de carácter efímero de mayor complejidad organizativa, como por ejemplo en las bienales, como la hoy desaparecida, como consecuencia de la crisis, “Art grandeur nature”, y la actual “Hospitalités”.

Durante los diez días de duración de la primera edición de Hospitalités, participaron una centena de artistas entre exposiciones, encuentros y performances. Se dió carta blanca a los artistas y a los profesionales para desarrollarlo en toda la región de París.

En la edición de 2008 se insistió en el carácter de acogimiento al otro, al diferente, que conlleva la denominación del evento, que en principio alude a la acogida de artistas y de público que comparte la experiencia del arte, pero que debe también propiciar la reflexión sobre los modos de relacionarnos con los otros y los mundos diferentes. La duración se amplió a varios meses: del 4 de octubre de 2008 al 4 de enero de 2009. La especificidad de la edición la centró en cortos de menos de ocho minutos, creados para Hospitalités, o recolectados para el evento.

Veintinueve centros son los que se reunieron para ofrecer Hospitalités 2009. Formato: alianza entre dos o tres plataformas en un proyecto común. Por ejemplo, para esa nueva edición el MAC VAL y los Laboratorios de Aubervilliers propusieron a la par un recorrido sonoro, guiado en el Mac Val por una performance de Chloé Delaume; por su parte, los Laboratoires d’Aubervilliers prepararon sesiones de escucha y piezas sonoras de la Obertura de La Enciclopedia de la Palabra.

En la edición de 2011³¹, una treintena de lugares de arte, entre Museos, Galerías, Fundaciones, centros de arte, colectivos de artistas, escuelas de arte, etc...³² trabajan centrándose en la reflexión sobre los viajes, las migraciones internacionales, próximas o lejanas, y, en parte a consecuencia de ello, la arquitectura y el paisaje de las

29 WWW.Nuits Blanches-Paris.fr, <http://www.paris.fr/loisirs/les-grands-rendez-vous/nuits-blanches/p6806>.

30 Es una asociación creada en 1981, que en la actualidad vincula federalmente a treinta y tres instituciones de arte contemporáneo de París y sus Banlieues. Aborda y vehicula tareas de difusión de mediación, enseñanza, documentación, edición e investigación, trabajando por el reconocimiento internacional de los artistas y ayudando al sostenimiento de la creación artística.

31 El programa desarrollado en: http://www.tramid.fr/IMG/pdf/tram_dossier_de_presse_hospitalites.pdf

32 Entre otros centros periféricos: La Maison des Arts de Malakoff, Maison d’Arte Bernard Anthonioz (Nogent sur Marne), Galerie Villa des Tourelles (Nanterre), Les églises Centre d’art contemporain de la ville (Chelles), Galerie Municipale Jean Colle (Vitry sur Seine), École municipale des beaux arts/Galerie Édouard Manet (Gennevilliers) Centre d’art contemporain d’Yvry- Le Credac (Ivry sur Seine), L’Abbaye de Maubuisson Site d’Art contemporain du Conseil général du Val d’ Oise en (Saint-Ouen-L’Aumône), La Maréchalerie Centre d’art contemporain (Versalles), Synesthésie (Saint Denis)...

periferias (Banlieues) de las grandes ciudades. Como es habitual en la red, se promueven encuentros e intercambios, así como coloquios con los comisarios de exposición, artistas, directores de institución o conferenciantes.

La conceptualización en torno a la cuestión de la identidad y la alteridad, personal, social y cultural junto con la experimentación del desarraigo se tantea en torno a las exposiciones de la Abbaye de Maubuisson y la Galerie Municipale Jean Collet de Vitry sur Seine³³. Como ejemplo concreto de atención a valores, el trabajo de Éric Suchère (Espace d'Art Camille Lambert. Juvisy sur Orge) invitado a comisariar una actividad en la que el concepto de hospitalidad sea el generador. Para conseguir su objetivo el comisario se metamorfosea en el anfitrión que ofrece su hospitalidad y sin imponerse, ofrece su espacio, es decir, desaparece como comisario, no elige, ni decide la obra a incorporar. El ámbito se transforma en espacio abierto al artista para que se apropie de él y lo comparta, a su vez, con otros artistas que él mismo invite. Compartir, transmitir la idea de que, el que acoge ha de hacer sentir al que llega como en un espacio propio. Ese es el objetivo. El título de esa experiencia: Auberge espagnole.

Ejemplificando con muestras de vecindad a Montmartre, podemos señalar que muchas de las actividades culturales y de ocio programadas en Saint Denis transparentan inmediatamente sentido integrador. Fiestas de carácter culinario, en las que se muestran las diferentes fórmulas gastronómicas características de los distintos grupos étnicos y las variadas regiones de procedencia de los habitantes de los barrios, exposiciones y comercializaciones puntuales de la artesanía de los mismos, formas de expresión artística populares (ejemplo: pinturas efímeras indias, de umbral (kolam)).

Encontramos aquí una comunidad multicultural en la que se está trabajando por hacer que el arte, sin jerarquias, penetre con carácter aglutinador, equilibrando el necesario interés por lo popular con lo tecnológico, lo numérico (digital), asociado, en ocasiones, a la valorización del patrimonio. En esta línea trabaja desde hace años Synesthesia, una de las entidades más activas. A modo de mínima referencia : esta estructura presentó (2009) la instalación interactiva del colectivo LAB en el marco de la Basílica, lo que provocó una fuerte experiencia multisensorial, implicando color, luz, formas, movimiento y sonido. Actualizar la Basílica, normalizarla en el hecho artístico contemporáneo, movilizar a los habitantes de la zona periférica familiarizándoles con el arte de última generación y ayudarles en el arraigo a una localidad de fuerte inmigración, son objetivos a los que contribuyen desde hace años las instituciones y entidades artísticas.

Saint Denis impulsaba su proyecto desde 1993 a través (entre otras diversas fórmulas) de la producción y gestión de la Biental « Art Grandeur Nature »³⁴. La edición de 2010, décima de su historia, no ha llegado a término debido a la crisis; sin embargo, se mantiene la presencia de Saint Denis en La Nuit Blanche, con la que colabora desde hace algún tiempo; aspecto valorado negativamente por el sector crítico, pero que evidencia el reconocimiento del interés de las estructuras artísticas de Saint-Denis.

Muy cerca, Montmartre lucha por salir del mundo del recuerdo. Los grandes eventos, como La Nuit Blanche

33 El alemán Jan Kopp, la francesa Agnès Caffier y la argelina Sadek Rahim (Video: Changing dreams) en la Abbaye de Maubuisson. Andrée Philippot-Mathieu en la Galerie Municipale Jean Collet (Vitry sur Seine) con fotografía digital (Nomadic portraits).

34 Sobre este tema : AUMENTE RIVAS, Pilar. « Dos tipologías de actividad artística en el espacio urbano parisino. Hacia la paulatina potenciación cultural de la Banlieue ». ACTAS del Congreso Internacional AECA : El Arte en el Espacio Público . Valladolid. 2009).

optan por actualizarle En esta edición 2011, la Nuit Blanche 2011 ha basculado sus ejes en cuatro grandes trazados, siendo dos de ellos los que han recorrido el barrio, tanto por el Haut como por Le Bas Montmartre. En el Theatre de L 'Atelier del Bas Montmartre se presentó, la obra "Demain le ciel sera rouge" de Boltanski, pieza en la que los actores, a modo de Sybilas modernas, pronuncian palabras y frases incoherentes o contradictorias sobre el futuro, que el espectador deberá interpretar en una reflexión sobre el porvenir; unas 10.000 personas han visitado la obra, según el portavoz oficial³⁵. Boltanski representa este año a Francia en la 54 edición de la Biennial de Venecia, es decir, Alexia Fabre y Frank Lamy, Comisarios de las dos últimas ediciones de la Nuit Blanche, han programado para Montmartre uno de los puntos fuertes de la Nuit Blanche. A las 4 horas de la madrugada había dos horas de fila de espera para entrar a verla; el éxito era una realidad³⁶. Significativa esa elección de los Comisarios provenientes de uno de los enclaves más relevantes de la periferia externa actual (MAC/VAL, Vitry) , para con la que fue periferia intramuros durante su periodo dorado, en un intento de poner el foco e insuflar a Montmartre un nuevo elán que le haga participar, aunque sea en forma problemática y metafórica en la reflexión sobre el futuro.

Conclusiones

En Montmartre, periferia intramuros :

- Los cabarets, cafés, tabernas y ateliers actuaron en muchas ocasiones como auténticos centros de arte. Lugares de producción de obra, experimentación, exposición etc...
- Las actividades desarrolladas al aire libre, en la calle etc...añaden peso a la interpretación de Montmartre como catalizador y sede de la colaboración de artistas, pintores, dibujantes, caricatos, diseñadores gráficos, escritores, compositores, chansonniers-performers y gentes creativas de todo tipo.
- Enclave de igualdad entre las artes, de piezas dramáticas, espectáculos de muñecos, y otras formas creativas, como el teatro de sombras, performances, protohappenings y otros sistemas de expresión, algunos de ellos cercanos al protocinema.
- Centro impulsor de revistas y distintos tipos de publicaciones. Lugar de intensa comunicación, en la que periódicos, gacetas, y revistas, artículos de los propios creadores, declaraciones sobre arte, etc. anteceden la etapa de las vanguardias históricas con su abundante e importante literatura artística.
- La actividad artística no se planteaba la incidencia, ni mejora, del entorno social.

En la periferia de París

- Valoración del patrimonio local : histórico monumental, histórico-industrial o significativo en el pasado de los quartiers y los communes.

35 Nota: Christophe Gerard Adjunto de Cultura de París. Vide: www.paris.fr/accueil/culture/nuit-blanche

36 El Théâtre de l'Atelier, fue el primer teatro de la Banlieue (1802-1822).

- Gestión del centro desde la igualdad de las artes, sin jerarquias, y propiciando la interacción entre las mismas, sin subordinaciones.
- Apoyo al sector digital y la experimentación en nuevas tecnologías para la superación de niveles de conocimiento y destrezas específicas de la población del quartier.
- Estancias con becas para realización de proyectos artísticos con residencia en los centros. En banlieue, menos cités de artistas y mas residencia en los mismos centros.
- Bases económicas para la producción de obra, exposición y difusión, pero no estimulación del movimiento de compradores. Desinterés por lo comercial en favor de lo social, aunque algunos centros vehiculen salida de obra hacia instituciones públicas.
- Estimulación de la difusión y la mediación para el conocimiento, la comprensión y el efecto didáctico en la sociedad.
- Implantación social y atención al medio humano dominante en la zona, con especial selección de programaciones para la integración de la inmigración propia del lugar.
- Orientación cívica en muchos de los centros, que no asumen un papel únicamente artístico, sino que trabajan para la formación integral de la sociedad.

Finales

- En ambos casos se da la presencia de centros de producción artística, lugares de experimentación y potenciación de lo innovador, interés por la comunicación, así como por la igualdad entre las artes y su colaboración.
- La efervescencia creativa, que en Montmartre surgió de forma espontánea, se intenta inducir en los barrios de la periferia, que si bien poseen puntos fuertes de creatividad, no constituyen barrios artísticos. Ahora bien, impregnan social y creativamente los quartiers en que se instalan.

Detallar de forma concisa y clara las principales conclusiones de la investigación, y, en su caso, sus consecuencias y aplicaciones

PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LOS ESPACIOS PARA LA CIENCIA

Ruth Carbajo García

Grupo de investigación Museum I+D+C, Laboratorio de Cultura Digital y Museografía Hipermedia. Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Despacho 535B Avda. de la Complutense s/n 28040 Madrid. Spain.

Teléfono: +34 606106615 ruth.carbajo@gmail.com

Resumen

La ciencia es una actividad eminentemente creativa y ciudadana, pero este hecho queda oculto por las presentes estructuras académicas, investigadoras, ciudadanas e incluso culturales y museísticas. Se sitúa en espacios como son las universidades y centros de investigación, los centros de enseñanza y museos que presentan una fuerte estructura autónoma a pesar de estar integrados en la ciudad. Este artículo pretende realizar una reflexión acerca del papel del ciudadano dentro de estos espacios y dentro de la transformación que está sufriendo la ciencia, proponiendo una serie de acciones encaminadas a fomentar la participación en estos espacios permitiendo aumentar la cohesión y la integración de la comunidad científica en el espacio ciudadano y donde las acciones revierten sobre ambas comunidades.

Palabras clave

Participación ciudadana, espacios para la ciencia, ciudad, museos, ciencia y ciudadanía.

Abstract

The fact that science is an eminently creative and civic activity is often obscured by the prevailing academic, research, civic and even cultural and musicological structures. Science spaces are, more often than not, confined to universities and research centers, schools and museums. These are robustly independent institutions, in spite of their physical integration into the city. This article seeks to reflect on the role of citizens in those spaces for science and in the transformation undertaken by the sciences and the urban settings. It aims also to present a series of proposals to encourage citizen participation in those spaces, to allow for greater integration of the scientific community with the city space, the results of which could benefit greatly both communities.

Key words

Citizen participation, science spaces, citizen, museums, science and citizenship.

1. Percepciones de la ciencia.

1.1. Ciencia postacadémica y percepción ciudadana.

La desconexión existente entre la ciencia y sus agentes y el ciudadano choca con la opinión ampliamente compartida de que los cambios más importantes producidos en nuestra sociedad son producto de los avances en el ámbito científico y tecnológico. La ciencia a lo largo de los últimos años ha determinado la creación de procesos técnicos que han influido en la generación de sistemas económicos y estructuras sociales. A su vez, la producción de conocimiento se ha convertido en una actividad determinante para estado de bienestar de las sociedades, alcanzando la ciencia y las instituciones científicas la categoría de valor de evaluación del capital social ¹.

Del mismo modo, los estudios de percepción social y de confianza ciudadana arrojan valoraciones muy favorables en cuanto a la actividad científica, pero sobre sus conclusiones subyace la idea de que el ciudadano percibe los centros de ciencia como lugares aislados, donde se debaten las grandes cuestiones y donde se realizan investigaciones que no tienen impacto social ni en sus vidas, ni en sus ciudades.

La ciencia por su parte se encuentra en plena transformación y ha experimentado una evolución, pasando de ser una actividad puramente académica (gestión y acumulación de conocimiento) donde eran las instituciones, principalmente universidades, centros de investigación y museos los responsables de su gestión a convertirse en una actividad postacadémica, social y transversal donde ya que no solo interviene la comunidad, si no que se han incorporado, empresas y agentes sociales.

Estos agentes sociales han sido consultados durante la última década, propiciando que se realicen rigurosos estudios de percepción social y evaluación como el más reciente, realizado en 2008 por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT)² de donde se extrae la siguiente conclusión: ...Da la sensación de que el público, y también los científicos, disocian ciencia de sociedad: el científico hace ciencia y tecnología que son medios para crear/obtener nuevos productos, de los que el público es un mero consumidor. 'Público' es, al parecer, quien no es científico¹.

Por otro lado, en el estudio Barómetro de Confianza Ciudadana^a realizado por el periódico El País durante los meses de mayo, junio y julio de 2011 son los científicos, médicos, la Universidad y las pymes los colectivos mejor valorados por los ciudadanos. Una reflexión subyace del estudio: Resulta especialmente llamativa, por su novedad histórica, la presencia de grupos y entidades relacionados con el mundo del conocimiento: los científicos, los médicos, la Universidad, los intelectuales.Así, un 92% cree que los avances científicos han hecho posible que mejore cada vez más la calidad de vida de la humanidad; un 86% considera que las decisiones sobre cuestiones científicas o tecnológicas deben quedar exclusivamente en manos de los expertos e investigadores, y el 68% se declara convencido de que la mayor parte de los actuales problemas se acabarán resolviendo, antes o después, aplicando el conocimiento científico.

a Los datos del estudio fueron recopilados durante los meses de mayo, junio y julio de 2011, en distintos sondeos de la empresa Metroscopia. En cada caso se presentó a los entrevistados una lista de instituciones y grupos sociales que les fueron mencionados de forma rotatoria, solicitándose una calificación del grado de confianza por medio de una puntuación entre 0 y 10.

1.2. Espacios para la ciencia en las ciudades. De dónde venimos y hacia dónde nos dirigimos.

La ciencia ha ocupado espacios públicos y privados a lo largo de la historia. Espacios que pueden parecer abiertos /cerrados ó exteriores/interiores. En el libro *Los mundos de la ciencia en la ilustración española*⁴ donde se reflexiona sobre el difícil equilibrio entre la cultura cortesana y el utilitarismo científico, se dividen los espacios dedicados a la ciencia en interiores e exteriores. Resulta curiosa y a la vez poética esta distinción, que podemos trasladar al ámbito urbano. Según el autor, los espacios interiores componen ecosistemas científicos con su propia etnografía del laboratorio⁵ (Latour, 1979), pero donde, lejos permanecer aislados del entorno que los rodea, se estaba fraguando una verdadera interacción social. Los espacios exteriores son aquellos que constituidos por edificios, proliferan durante segunda mitad del siglo XVIII y van evolucionando en los actuales museos, academias, centros de investigación, universidades y centros de enseñanza secundaria.

En el caso de la ciudad de Madrid, que durante la Ilustración y debido a su condición de capital del reino, aglutinó la mayor parte de estos lugares, es importante destacar espacios como el Real Jardín Botánico, el Museo de Historia Natural, la Real Botica, el Depósito Hidrográfico o el Real Observatorio Astronómico junto con la Academia de Ciencias, el Gabinete de Máquinas y el Gabinete de Historia Natural y Laboratorio de Química^b. Comprender el alcance de estos espacios es imposible sin situarlos en la ciudad, sin valorar su significado como hitos arquitectónicos y urbanísticos (La Fuente, 2003). Estos espacios, alcanzarán su apogeo a lo largo del siglo XIX y XX y aunque nacidos con vocación urbana y ciudadana evolucionan volviéndose más restringidos.

2. Actividades como forma de participación.

Al reflexionar acerca de la participación ciudadana en los espacios para la ciencia es sencillo que nos vengan a la mente las actividades de divulgación que desarrollan estos centros. Desde los centros de educación reglada, hasta las universidades y museos, nos encontramos con una serie de actividades que se proponen para difundir y acercar sus contenidos. Comencemos con los centros de enseñanza, donde la participación ha ido aumentando en los últimos años.

A pesar de su carácter restringido a los alumnos, padres y madres y profesores poco a poco se han ido llevando a cabo actividades científicas de distinto calado como ferias de la ciencia en colaboración con diversas instituciones, las jornadas de puertas abiertas, incluso formación en el ámbito científico tecnológico a ciudadanos fuera de la edad escolar en forma de talleres, seminarios.

Estas actividades son recibidas de manera entusiasta, ¿pero son realmente actividades participativas? ¿Llegan a todo el mundo?, ¿tienen los ciudadanos la posibilidad de decidir los contenidos y proponer los temas a tratar?.

Las universidades, centros de formación por excelencia, en general no son espacios de participación ciudadana. Suelen realizar actividades divulgativas y pueden poseer museos dentro de las mismas, pero en general el espacio para la participación es limitado. Por su parte los centros de investigación, vinculados o no a universidades e instituciones, ofrecen actividades sobre todo formativas y de debate. Otro ejemplo son las empresas, en general a través de su obra social, o de sus fundaciones asociadas las encargadas de realizar actividades donde la partici-

pación ciudadana es posible. Ocurre que generalmente se trata de acciones que abarcan exclusivamente el área de especialización de la empresa en cuestión.

En el caso de los museos ya sean científicos, o de cualquier otro ámbito, partimos del hecho de que entre sus objetivos consensuados está la misión de reunir, conservar, investigar y exponer las colecciones que atesoran y contribuir su conocimiento y su disfrute. Constituyen, un espacio de participación ciudadana pero en general ésta se realiza a través de sus actividades, que van desde una visita guiada, una charla divulgativa, talleres, ciclos educativos, ferias etc. . . . Las acciones llevadas a cabo suelen estar muy estructuradas en función de las características del público y el acceso a las colecciones o a la información acerca de la gestión de las mismas es limitado. Por otro lado, la difusión de la labor investigadora suele estar restringida.

Por lo que observamos, la fuente principal de participación se centra en las actividades, ¿podemos imaginar otra forma de participar?

3. Participación ciudadana en espacios para la ciencia.

3.1. Recuperando viejas ideas. 1960-1980. Science shops en Europa.

Uno de los primeros intentos por conciliar ciencia y participación ciudadana realizados en Europa fueron las tiendas de ciencia (science shops) que surgieron en diversas universidades a lo largo de los años 70 y 80. La intención de estos recién creados espacios para la ciencia dentro de las universidades era la de permitir que los ciudadanos accedieran al conocimiento desarrollado en las mismas. Las ventajas principales de estos espacios se centran en la generación de un pensamiento creativo y divergente en la ciudadanía respecto a las cuestiones científicas, la creación de vínculos comunicativos entre investigadores y ciudadanos, la estimulación de una conciencia en los investigadores respecto a los problemas de la comunidad y el establecimiento de relaciones más estrechas entre los científicos y el público en general⁶.

La primera tienda de ciencia en Europa abrió sus puertas en 1974 en la Universidad de Utrecht y rápidamente le siguieron otras. En Estados Unidos se puso en marcha un movimiento similar aunque independiente de las universidades y que tenía como objetivo establecer métodos de investigación de acción participativa. Dichos métodos insistían en el acceso y la incorporación de nuevas perspectivas (las de los ciudadanos), abogando por el cuestionamiento de los métodos propiciando la participación de agentes sociales. En España se realizaron una serie de experiencias en universidades sin que se haya alcanzado una gran trascendencia de las mismas.

3.2. De la ciencia al ciudadano y viceversa. Nuevas ideas.

La idea de que las acciones para mejorar la participación ciudadana dentro de los espacios para la ciencia existentes en la ciudad han de realizarse de manera bidireccional, surge como una conclusión de este estudio. Es por ello que recuperar y poner en marcha la idea de una tienda de ciencia resulta interesante.

Para llevar a cabo este proyecto es necesario contar por un lado con un espacio para la ciencia como puede ser una universidad, centro de investigación ó museo y con un grupo ciudadano. En este sentido, se eliminarían las razones de edad, nivel de estudios, etc. a la hora de plantear los agentes y las personas a las que van dirigidas las acciones, puesto que se trataría de una actividad abierta y totalmente pública. Igualmente se respetarán los objetivos de mantener la comunicación entre los agentes durante todo el proceso y el libre acceso a los resultados del mismo.

Partiríamos de la recepción de propuestas por parte de los ciudadanos /comunidad científica que se analizarían realizándose una investigación preliminar. Se analizaría el problema y se buscarían soluciones, emprendiéndose acciones con un impacto importante en la ciudadanía y con una concienciación de los investigadores acerca de los problemas y necesidades de la sociedad.

4. Science Shops 2.0.

Reflexionemos sobre una serie de ejemplos que podrán surgir de esta colaboración. Una posibilidad de acción compartida surge cuando los ciudadanos solicitan a la comunidad científica la creación de un espacio de divulgación donde los investigadores respondan a cuestiones sobre elementos cotidianos en las ciudades. Finalmente, surge una acción por la cual se proyectan una serie de soportes donde se explica el fundamento científico de un panel solar fotovoltaico, un motor eléctrico, los niveles de contaminación ambiental, etc. Siempre asociados a elementos ciudadanos, el transporte, la calidad del aire, etc.

Otra opción sería la celebración de un certamen donde los ciudadanos pudiesen escoger la investigación de mayor relevancia dentro de un centro. Para ello los científicos, realizan una serie de demostraciones y siendo sometidos a cuestiones por parte de los ciudadanos que finalmente actuarían de jurado para escoger la investigación ganadora.

5. Conclusiones.

La eliminación de la desconexión existente entre la comunidad científica y los ciudadanos puede llevarse a cabo siempre y cuando las acciones se realicen de manera bidireccional y mediante una real participación de todos los agentes existentes y la inclusión de algunos nuevos. La puesta en marcha de acciones no busca la creación de espacios para la ciencia nuevos en las ciudades, sino la mejora de la participación ciudadana en los existentes como un nuevo modo de producción de ciencia a partir de los ciudadanos (nuevos agentes) y de los propios científicos.

Referencias

1. Putnam, Robert D., y Kristin A. Goss. (2002). Democracies in Flux. [Review of the book: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society] .Oxford y Nueva York: Oxford University Press.
2. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (2008). Encuesta sobre la Percepción social de la ciencia y la tecnología en España.

3. Toharia J. J. (2011, 7 de Agosto).¿En quién confían los españoles? .Notable a los que hacen el bien. www.elpais.es
4. La Fuente A. (2003) Los mundos de la ciencia en la ilustración española. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología FECYT.
5. Latour y Woolgar. (1979).Laboratory life: The construction of scientific facts. Princeton University Press.
6. Pérez Sedeño E. (2006).Percepción social de la ciencia y la tecnología en España. Los científicos, el público y la torre de marfil (pp. 57-63). Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología.

DIÁLOGO DE ESCULTURAS: ESTÉTICA, METÁFORA Y COMUNICACIÓN DE LA ESCULTURA MONUMENTAL DE LA PLAZA DE LA MONCLOA DE MADRID

María Dolores Arroyo Fernández

Profesor titular de universidad

Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid Avda. Complutense s/n (España) CP Madrid 28040

Tfn: + 34 913947140 Email: mdarroyo@ccinf.ucm.es

Resumen

En una ciudad cuyos habitantes asisten frecuentemente a su transformación, desde su trazado urbano al equipamiento artístico, la escultura monumental cobra especial relevancia en todo este proceso de reformas. Las esculturas se colocan en la vía pública y se incorporan a la vida diaria del ciudadano de a pie. Ellas encarnan e imponen una estética, una historia y unos valores, pero también pueden perder su sentido y el

enlace de comunicación con el ciudadano, cuando algunas de ellas son trasladadas del emplazamiento original. Sirva de ejemplo para un análisis comparativo – cronología, lenguaje plástico, significado - el diálogo entre las tres esculturas (Monumento Víctimas de la Aviación Militar, Monumento a los Héroes del Plus-Ultra, Mirada del Horizonte II) que actualmente están colocadas en la Plaza de la Moncloa de Madrid.

Palabras clave

Escultura monumental, Madrid, Plaza Moncloa, Monumento Víctimas de la Aviación Militar, Monumento a los Héroes del Plus-Ultra, Mirada del Horizonte II

Abstract

In a city where people frequently attend urban design and the art equipment transformation, the monumental sculpture is especially important in this process of reform. The sculptures are placed in public areas and incorporated into the daily life of ordinary people. They embody and impose an aesthetic, history and values, but when some sculptures are moved from their original placement, they may lose their meaning

and communication link with the citizen. An example for a comparative analysis - timing, visual language, meaning - : the dialogue between the three sculptures (Memorial Victims of Military Aviation, Monument to the Heroes of the Plus-Ultra, Look of the Horizon II) that are currently placed in the Plaza de la Moncloa in Madrid.

Key words

Monumental sculpture, Madrid, Plaza de la Moncloa, Memorial Victims of Military Aviation, Monument to the Heroes of the Plus-Ultra, Look of the Horizon II

Introducción

Este estudio acota una línea de investigación más amplia sobre la escultura pública en general, y, en particular, sobre la escultura monumental en el Ensanche de Carlos María de Castro, cuya Memoria descriptiva del anteproyecto de ensanche de Madrid será aprobada en 1860 (COAM 2003, 55-68). Se centra ahora la atención en tres esculturas públicas de la Plaza de la Moncloa, lugar éste cuyo trazado corresponde al Plan General de Ordenación de Madrid de Pedro Bidagor de 1941 (COAM 2003, 93-95). Entre los doce apartados de la estructuración de este Plan, el dedicado a la ordenación de vías de acceso a la capital concebía la que se denominó Vía de la Victoria como entrada de honor desde El Escorial. Las otras dos eran la Vía Europa, prolongación de la carretera de Francia y la Vía del Imperio de acceso a la carretera de Andalucía. Por consiguiente, el espacio de la actual Plaza de la Moncloa ha sido desde entonces un lugar privilegiado de confluencias, de entrada a la capital y, consecuentemente por motivos funcionales o de tráfico, sometido a diversas reformas y actuaciones en su trazado urbano y vial, con más o menos fortuna.

La intención de un análisis comparativo de tres obras monumentales (Monumento Víctimas de la Aviación Militar, Monumento a los Héroes del Plus-Ultra, Mirada del Horizonte II) que ocupan un mismo espacio, enfrentadas y en diálogo; que pertenecen a diferentes estéticas, cronologías y que han sufrido distintos niveles de incidencias, responde a una línea de trabajo que detenta además un factor subjetivo y vivencial. Una bibliografía en español necesaria como las siguientes referenciadas (Marín, 1978; Fernández et al., 1982; Diéguez, 1980; Salvador, 1990; Pérez, 1992; Martín, 1996; Reyero, 1999) sirven de base para abordar cualquier estudio como el que aquí se plantea.

Objetivos

A partir de considerar la existencia de un diálogo o lectura triangular de las tres esculturas: Monumento Víctimas de la Aviación Militar, Monumento a los Héroes del Plus-Ultra, Mirada del Horizonte II, se pasa a determinar los objetivos principales de este estudio:

Análisis estético y de contenido (significado) de cada una de las obras.

Interpretación de cómo se interrelacionan, se corresponden u oponen los elementos estilísticos: aquellos que miran a la modernidad y los tradicionales.

Valoración de los aspectos comunicativos en relación con el entorno urbano y ciudadano, en función de cambios y nuevas necesidades, desde los años 40 hasta la actualidad.

Metodología

Este análisis comparativo conlleva fijar primero la ficha catalográfica individual (título, artista, tipo, dimensiones, materiales, cronología, localización). Se procede después a un análisis de las obras que contempla los aspectos iconográficos, formales, históricos y estilísticos, destacando asimismo la restauración y limpieza, cambios de ubicación, sistemas de protección; si es o no pieza original y comitentes. Posteriormente se ha construido un diálogo entre ellas, buscando puntos comunes de encuentro o acentuando sus particularidades. El tipo de análisis seguido permite establecer un modelo de estudio integral extensible a otros sectores de Madrid.

Las fuentes y bibliografía consultada hacen referencia tanto a estudios generales como específicos de cada pieza escultórica. Trabajos de campo y consultas en Archivo de Villa de Madrid en el Centro Cultural Conde Duque. Las fotografías o material gráfico han sido elaborados expresamente para la presentación de la comunicación a este II Congreso Internacional de Ciudades Creativas, 2011.

1. Catalogación y análisis de los monumentos escultóricos dedicados a las Víctimas de la Aviación Militar, a los Héroes del Plus-Ultra y Mirada del Horizonte II

1.1 Datos catalográficos

A continuación se detallan los datos necesarios que se cumplimentan en el registro de cada obra. Para una valoración de nuestro patrimonio artístico y cultural, la catalogación y seguimiento de las obras de arte expuestas en la calle, como aquí se emprende, se estima una labor preferente. Ello por la razón de que aporta un primer paso a seguir en la profundización del análisis de dichas obras, y el descubrimiento de las circunstancias de cada una de ellas. Refuerza la detección de daños o alteraciones, e interviene en programas de labores de restauración, puesta al día y previsiones sobre su protección y conservación para las generaciones futuras. Estas esculturas públicas, como otras que pueblan la ciudad de Madrid son parte del patrimonio cultural y de la memoria histórica. Aunque en el presente conviven los tres monumentos escultóricos sobre un trazado urbano de los años cuarenta (Figura 1), y su presencia forma parte de la apariencia que actualmente detenta la Plaza de la Moncloa, se ha seguido para la presentación de cada obra un orden cronológico, y no por fecha de instalación en dicha plaza.

En 1918, Manuel Delgado Bracquenbury (Brakenbury), escultor y capitán de Infantería, realizó el Monumento a las Víctimas de la Aviación militar (Cabezas 1989, 304). Es un grupo formado por tres estatuas que se alzan sobre un pedestal con relieves. Materiales de caliza (piedra de Novelda) y granito (pedestal). La obra que está colocada en la superficie delantera del Cuartel General del Ejército en la Plaza de la Moncloa desde 1995 es copia realizada en este mismo año. El monumento original, del Ayuntamiento de Madrid, se realizó por suscripción popular, y fue inaugurado por Alfonso XIII el 16 de junio de 1918. El 12 de diciembre de 1995 la reproducción exacta del mismo fue inaugurada en su actual emplazamiento por S.M. Juan Carlos I.

La obra que lleva por denominación Monumento a los Héroes del Plus-Ultra (Aviación española) (Fernández et al. 1982, 372-373), de los autores Rafael Saénz (escultor), Luis Gutiérrez Soto (arquitecto), es un tipo de monumento compuesto por monolito, estatuas exentas, relieves y pedestal. Sus dimensiones aproximadas

1400x500x500 cm., y materiales de granito y bronce. La fecha del proyecto es de 1951, pero su instalación se llevó a cabo en 1956, coincidiendo con el XXV aniversario del vuelo del Plus-Ultra. Su localización es en la Plaza de la Moncloa, frente al Cuartel General del Ejército. Comitente el Ayuntamiento de Madrid. (Martín 1996, 173-174).

Mirada del horizonte II, realizada en 2006 por el artista canario Martín Chirino, es una escultura exenta (monolito) de 8000 cms. alto y material de acero corten. Está colocada en la explanada del Cuartel General del Ejército, Plaza de la Moncloa, y pertenece al Ministerio de Defensa. (Carrascal 2007, 110).



Figura 1. Disposición actual de las esculturas sobre fotoplano de los años 40.

Fuente: Montaje de María Dolores Arroyo Fernández

1.2 Iconografía, significado, metáforas

El Monumento a las Víctimas de la Aviación militar rinde homenaje a los Caídos de la Aviación Militar en la Guerra de África. Era la primera vez que en un conflicto se utilizaron aviones para el combate. Según se relata en la web del Ejército del Aire (www.ejercitodelaire.mde.es) fue el Capitán Celestino Bayo Lucía la primera víctima de la aviación militar debido a un accidente de vuelo en Cuatro Vientos. Ocurrió en junio de 1912. A este fallecimiento se sumaron otros tantos lo que motivó que al pueblo madrileño le naciera la idea de erigir por suscripción pública un monumento a las Víctimas de la Aviación Militar.

El monumento se compone de tres figuras alegóricas: dos femeninas que representan a España (figura central) y la Historia, y un aviador vestido con un equipo de vuelo de la época. En la parte posterior se representa un trozo de un motor de estrella y una hélice rota junto con un águila abatida. Las esculturas exentas se alzan sobre un pedestal en cuyo frente está adosada una placa en la que se fueron añadiendo los nombres de los aviadores militares muertos posteriormente. Esta labor de anotación se llevó a cabo hasta 1922. Junto a los 42 nombres están grabadas estas palabras: “A las víctimas de la Aviación Militar Española. El valor y la Ciencia garantizan la victoria”.

La alusión a la aviación y al vuelo se representa de igual forma en el Monumento a los Héroes del Plus-Ultra (Aviación española). Sin embargo, el águila caída, que simboliza la tragedia en el monumento anterior, es ahora sustituida por otra ave triunfante, que corona la cima del monumento. Esta figura iconográfica, tomada del evangelista San Juan simboliza aquí el vuelo del Plus-Ultra que tuvo lugar en febrero de 1926, y que se convirtió en emblema del régimen franquista. En el frente se sitúa la figura principal, una diosa romana, alegoría de la Victoria, que sostiene el planeta Tierra en su mano derecha. En los relieves laterales del pedestal se menciona el

acontecimiento ilustrado por figuras humanas vestidas a lo clásico. En el de la izquierda se representa una alegoría del vuelo mediante un icono de la mitología clásica: el Pegaso, el caballo alado nacido de la sangre de Medusa tras ser decapitada por Perseo. En el relieve de la derecha se presenta el éxito de dicha gesta en forma de cuatro mujeres – la Grandeza, la Historia, la Gloria y la Fama -, elevan su mirada hacia la Victoria y llevan dos de ellas atributos de triunfo (corona y trompeta). En el dorso se recoge un relieve en el que el Plus Ultra vuela sobre el mar protegido por un ángel.

La leyenda grabada en el basamento reza así: “A los heroicos aviadores del / Plus Ultra / Ramón Franco / Julio Ruiz de Alda / Juan Manuel Durán / Pablo Rada / vuelo España-Argentina / Palos de Moguer XXII Enero / Buenos Aires X Febrero / año MCMXXVI.

Entre otros documentos el vídeo (<http://www.youtube.com>) da cuenta de la importante hazaña y ofrece un breve retrato de sus protagonistas.

La escultura Mirada del Horizonte II aborda tragedias, en este caso, más cercanas cronológicamente. Mediante el símbolo de unas alas abiertas quiere su autor rendir homenaje a los 124 españoles fallecidos en misiones de paz en el extranjero desde 1987, entre los cuales se encuentran las sesenta y dos víctimas del Yak-42. (<http://www.esculturayarte.com/005052/Mirada-del-Horizonte-II.html>)

1.3 Determinación de aspectos formales y estilísticos

Una vez comentadas las alusiones metafóricas de las figuras escultóricas, al ser monumentos públicos el asentamiento en pedestal y la preponderancia de la forma en monolito admiten una mayor efectividad visual y un notable dominio en el entramado urbano. Monumento a las Víctimas de la Aviación militar y Monumento a los Héroes del Plus-Ultra, se asientan pues sobre pedestal y en su tipología se prioriza la forma vertical. En el primero el basamento es cuadrangular y sobre él se sostiene una forma en pirámide escalonada; en el segundo, sobre la basa se apoya un pedestal cuadrangular, a cuyos lados y en sendos relieves las figuras aluden al evento que se conmemora, mientras que en su frente y en la parte inferior del monolito se alza la figura femenina exenta. El monolito del Plus-Ultra tiene forma de pilastra acanalada y está rematado por el águila. Mirada del Horizonte II mantiene la verticalidad y la estructura en monolito pero su disposición es casi a ras del suelo, un concepto más moderno y menos retórico que los ejemplos anteriores.

El estilo de cada uno de estos monumentos corresponde a su propia época. Un realismo simbólico de exaltación y recordatorio de un hecho relevante para la historia, tipología propia de los monumentos decimonónicos, en el caso del Monumento a las Víctimas de la Aviación militar (1918). En el Monumento a los Héroes del Plus-Ultra (1956) se adaptan las formas clásicas a un estilo moderno, entre lo orgánico y neocubista, que combina formas geométricas y sintéticas. El estilo abstracto es el representado en la obra Mirada del Horizonte II, en que la forma vertical, estilizada, se contrapone a curvas en dirección horizontal.

2. El entorno urbanístico, localización, preservación de las obras y recepción ciudadana

El entorno, trazado urbano, restauración, conservación, limpieza, localización y traslados, son algunas expresiones que pueden destinarse a resolver una manera de entender el arte, en este caso la escultura monumental. No como piezas individuales aisladas que pueblan la ciudad sin más, sino como integradas en un entramado más amplio en que aquellas operaciones deben ser tenidas muy en cuenta. Asimismo, según se apliquen éstas, en un proceder más o menos afortunado, así se determina en gran medida la calidad en la apreciación y estatus de la obra; es decir, influye en que no pase desapercibida para el ciudadano. Por consiguiente, se considera esencial este capítulo, pues de todo lo anterior depende que así haya llegado la obra de arte público a nuestros días.

Varias circunstancias favorecen o alteran la presencia en la ciudad de dichas obras. Por un lado, puede tratarse de un conjunto original pensado para ese lugar del que nunca se ha movido, o el monumento ha sido integrado en un nuevo espacio. Puede haber sido apartado u ocultado de la vía pública, por adaptación e imperativo de la época que se vive, sea razones políticas, por necesidades urbanísticas o, sencillamente, porque determinada obra haya perdido su sentido en el espacio que ocupaba hasta el momento. En definitiva, los aspectos y circunstancias que se han apuntado configuran en cada momento histórico la fisonomía - estética y comunicativa - referente al entramado: obra, entorno urbano y receptor.

Visto el nivel de incidencias de cada uno de los monumentos, y centrando el análisis del entorno arquitectónico y urbanístico, el edificio decisivo, el que ha servido de marco y ha dado el sentido metafórico a los tres monumentos escultóricos de los que se está hablando es el Ministerio del Aire (actualmente Cuartel General del Ejército). Esta nueva denominación supuestamente contribuiría a una matización del significado original que entraña el lugar que ocupan las obras monumentales que acompañan al edificio.

La gran fachada del edificio que fue Ministerio del Aire, realizada en época de posguerra por Luis Gutiérrez Soto, proporciona el telón de fondo en donde se exhiben las esculturas. Al otro lado, cruzando la calle de la Princesa se alza el Monumento a los Héroes del Plus-Ultra, mientras que en la amplia explanada, zona ligeramente sobreelevada, ajardinada y de acceso restringido, están instalados el Monumento a las Víctimas... y Mirada del Horizonte II. Escalinatas, un muro y reja separa todo el recinto que rodea a dicho edificio militar. La calle Moret y el cercano Parque del Oeste cierran el lado Oeste, mientras que por el Este continúa la calle de la Princesa en dirección Argüelles.

Centrando el análisis en cada una de las obras motivo de este estudio, se señala en primer lugar el grupo escultórico más antiguo: Monumento a las Víctimas de la Aviación militar, que ocupa hoy la explanada del Cuartel General del Ejército. Se trata de una copia exacta del original que se conserva en el Museo del Ejército. En 1973 el monumento ya se encontraba muy deteriorado y fue el mismo Ejército quién pidió el traslado para su restauración y conservación. Se incluyó en el Plan de Rehabilitación de Monumentos de 1992, y con orden de prioridad para su restauración entre los 109 reseñados en el citado plan. El Ayuntamiento de Madrid recibió la cantidad de 25 millones de pesetas del Ejército (El País, 1995) para cumplir este fin. Se hizo estudio petrográfico: la piedra Novelda procedente de Levante es material poroso y sensible a la contaminación. La empresa CONDISA (Compañía Internacional Construcciones y Diseño, S.A.) fue la encargada en 1995 de la restauración y traslado del monumento a su actual emplazamiento. En el proyecto figuraba el trabajo de elaboración de los

moldes para su reproducción, el desmontaje del grupo, limpieza y consolidación en el Museo del Ejército, el remodelado del grupo, la reproducción, montaje y tratamiento de acabados en emplazamiento definitivo (A.V.M., 1995-98, caja 61, inv. 940).

De las tres obras analizadas esta es la que ha sufrido varios traslados desde su primera inauguración. Originariamente el Monumento a las Víctimas... estuvo en la Plaza Marqués de Cerralbo, en la confluencia entre el Paseo de Rosales y la calle Ferraz. En 1973 se trasladó a una zona ajardinada en el lateral derecho del Ministerio del Aire, el que da al Paseo Moret. Precisamente, en 1995 y debido a las obras del intercambiador de Moncloa, que afectó a jardines y urbanización del entorno del actual Cuartel General del Ejército se trasladó el original al Museo del Ejército y se colocó una copia exacta frente a la fachada principal del Cuartel, que es el lugar donde se encuentra actualmente. Mira en dirección oeste y algo separado del monumento se alza la llama votiva sobre podium, mientras que unas cadenas sostenidas por pivotes aíslan el conjunto.

El Monumento a los Héroes del Plus-Ultra se encuentra en su emplazamiento original, entre los dos soportales (vías al tráfico y aceras) y casas militares, sin vallas de protección, y orientación sur, mirando a la fachada del edificio de Luis Gutiérrez Soto. Al contrario que el Monumento a las Víctimas..., este es un original, aunque si ha sufrido varias labores de restauraciones. En noviembre de 1975 se hizo limpieza general del monumento consistente en quitar manchas y emborronados (pintura negra de alquitrán), pintadas en zócalo y parte baja (pedestal). En abril de 1977 se aprueba repetir la tarea de limpieza debido al cúmulo de nuevas pintadas en la basa de caliza y pedestal de granito. En octubre de 1999 se restauró el monumento con motivo del "V Congreso Internacional de Historia Aeronáutica y Espacial", como así reza la inscripción añadida al original. Finalmente, en el 2005 con motivo de las obras de la línea 3 del metro, fue desmontado, restaurado y colocado de nuevo el monumento en el mismo lugar. Se encargo también del traslado y restauración del monumento a la empresa CONDISA, Rehabilitación y Restauración, en cuya dirección <http://www.condisa.es/> figura un listado de monumentos en los que ha intervenido.

La Mirada del Horizonte II, es una pieza original y por el momento no ha sufrido daño alguno. Situada en la explanada y teniendo como fondo el Cuartel General del Ejército, y en dirección sur, la escultura se halla sobrealzada del nivel de la acera, cercada y resguardada.

Si el Monumento a las Víctimas... ha sido reemplazado varias veces desde su primera ubicación, sometido a restauración debido ante todo a factores atmosféricos que han deteriorado la piedra; por su parte, en el Monumento a los Héroes del Plus-Ultra lo que más ha influido en su deterioro son los actos vandálicos, las pintadas por razones fundamentalmente sociales y políticas. Además, por su significado simbólico o por ser considerada obra franquista, al ser levantada precisamente en la primera etapa del régimen. Finalmente, aunque el público de a pie parece ya acostumbrarse a contemplar en la vía pública obras abstractas como la realizada por el escultor Martín Chirino, a Mirada del Horizonte II le ha tocado en algún momento verse oculta por un enorme pino artificial en el contexto de las decoraciones navideñas.

3. Conexiones e interrelaciones entre los tres monumentos escultóricos

Uno puede preguntarse cómo conviven formas artísticas contrapuestas en un mismo espacio; cómo pueden sobrevivir a las imposiciones y presiones de cada tiempo; cómo se exponen e imponen para disfrute, pedagogía, o a la indiferencia del individuo. En el modelo expuesto de diálogo entre los tres monumentos conmemorativos de la Plaza de la Moncloa se encuentra una solución de conexiones que permite generar una otra lectura.

Siguiendo un esquema (Figura 2) que resume las conexiones y establezca los posibles elementos del análisis que puedan interrelacionarse, es factible llegar al establecimiento de un modelo útil y una forma de conocer y entender este patrimonio artístico con el que los individuos, transeúntes, se topan a diario en la ciudad.

Los tres monumentos se han ido inaugurando y ocupando el lugar actual de la Plaza de la Moncloa después de múltiples incidencias y en distintas fechas. La cronología de la colocación de cada uno de ellos recorre medio siglo: desde la década de los cincuenta, los noventa y el último dentro del siglo XXI.

Actualmente están ubicados siguiendo una estructura triangular, en cuyo vértice principal se halla el monumento al Plus-Ultra, en el ángulo derecho el monumento a las Víctimas y en el izquierdo Mirada del Horizonte II.

La iconografía de los tres monumentos escultóricos es el vuelo, el aire. Se refiere, en forma de metáfora o de alegoría, a homenajes o recordatorios de una gesta histórica, de éxito o fracaso. Estilísticamente conviven el Realismo, el Neo-cubismo y la Abstracción, y establecen a su vez un diálogo triple que influye en niveles de lecturas y comunicación con el ciudadano receptor. La conexión entre tradición, como los grupos escultóricos con estatuas y pedestal, y modernidad, en mayor medida basado en formas alusivas y esquemáticas, refuerza con su disonancia ese diálogo de esculturas establecido en este estudio.

Finalmente, por las circunstancias del entorno en donde están localizadas, estas obras gozan de un elevado y especial nivel de protección. Cumplen además una función de marco de actos militares; al pie de los monumentos de la explanada del Cuartel General del Ejército se llevan a cabo homenajes a nuevas víctimas de aviación, de guerras en las que ha intervenido el ejército español.



Figura 2. Esquema de conexiones e interrelaciones.

Fuente: María Dolores Arroyo Fernández y Foto A. Efe

Conclusiones

Vista la Plaza de la Moncloa en la actualidad (Figura 3), el intercambiador del metro, el mobiliario urbano, muros, vallas, tráfico, el ir y venir de gentes, de estudiantes de la cercana Ciudad Universitaria; un ajeteo diario que parece esconder la presencia de las tres esculturas monumentales aquí estudiadas. Apenas son visibles para el ciudadano de a pie; ausentes de su vida diaria, y, por tanto, de su percepción y de la enseñanza histórica que transmiten.

El hombre habita en un mundo globalizado, en el que todo se mezcla y se confunde; incluso en la forma de vivir, de experimentar, de mirar la ciudad y de apreciar su riqueza artística. Lo moderno convive y debe compartir espacio con las obras del pasado, sea este más o menos lejano. Las ciudades van perdiendo gran parte de su personalidad debido precisamente a este empuje globalizador que aúna culturas, costumbres y comportamientos. Sirva este estudio para pararse a reflexionar sobre el patrimonio artístico que tenemos ahora y a calibrar sobre lo que podemos estar perdiendo.



Figura 3. Plaza Moncloa en julio de 2011.

Fuente: María Dolores Arroyo Fernández

Referencias

Agencia EFE (2008, septiembre 19). Ofrenda floral en el monumento a los caídos, la escultura Mirada al horizonte, del artista Martín Chirino. Extraído el 22 de julio de 2011 desde <http://noticias.terra.es/fotos/actualidad/fichafoto.aspx?itemurl=/2008/espana/0919/fotos-media/ofrenda-floral-en-el-monumento-a-los-caidos-la-escultura-mirada-al-horizonte-del-artista-martin-chirino-durante-el-acto-de->

A.V.M. (Archivo de la Villa de Madrid) (1995-98), caja 61 (inventario 940)

Cabezas, J. M. (1989). Diccionario de Madrid, sus calles, sus nombres su historia, su ambiente. Madrid: Editorial El Avapiés.

Carrascal J. M. (2007). Arte Urbano en Madrid, 1975-2006. Madrid: Ediciones La Librería.

COAM (2003). Arquitectura de Madrid. Vol. 0, Introducción. Madrid: Fundación COAM.

CONDISA. Rehabilitación y Restauración. Extraído el 30 de septiembre de 2011 desde <http://www.condisa.es/>

Diéguez Patao, S. (1980, Mayo 14). Madrid. N. 85 La Moncloa. Madrid: Espasa Calpe. (pp. 1691 y 1694)

El vuelo del Plus Ultra en el año 1926. [vídeo]. Extraído el 12 de septiembre 2011 desde <http://www.youtube.com/watch?v=LebmiYx9tT8&feature=related>

Escultura y arte (2009-2011). Mirada del Horizonte II. También llamado “Monumento a las Víctimas del Yakolev”. Extraído el 22 de julio 2011 desde <http://www.esculturayarte.com/005052/Mirada-del-Horizonte-II.html>.

Fernández Delgado, J., Miguel Pasamontes, M., Vega González, M. J. [D.L. 1982]. La Memoria impuesta. Estudio y Catálogo de los Monumentos Conmemorativos de Madrid (1939-1980). Madrid: Ayuntamiento, Delegación de Cultura.

Marín Medina, J. (1978). La escultura española contemporánea. Madrid: Editorial Edarcón.

Martín González, J. J. (1996). El monumento conmemorativo en España 1875-1975. Valladolid: Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Científico.

Monumento a las víctimas de la aviación militar, Museo del Aire. Extraído el 12 de septiembre 2011 desde http://mediateca.educa.madrid.org/imagen/ver.php?id_imagen=yi8x51sptakurnd2

Museo del Ejército del Aire. Extraído el 12 de septiembre 2011 desde <http://www.ejercitodelaire.mde.es/ea/pag?idDoc=32898ECA22BAF995C125766D00395771&idImg=23159362ADEB4905C125766D0035391D>

Patrimonio. El Ejército gasta 25 millones en una réplica del monumento a las víctimas de la aviación militar (1995, julio 23). El País, Madrid.

Pérez, C. (1992). Cuadernos de Arte Español. La escultura del siglo XX. Madrid: Historia 16.

Reyero, C. (1999). La escultura conmemorativa en España. La edad de oro del monumento público, 1820-1914. Madrid: Editorial Cátedra.

Salvador, M. S. (1990). La escultura monumental en Madrid: calles, plazas y jardines públicos (1875-1936). Madrid: Editorial Alpuerto.

LA CIUDAD DEVORA CULTURA: FUNDAMENTOS Y CAUSAS

Alfonso González-Calero

Director de Investigación y Arte. Perito Judicial de Obras de Arte.

C/ Santa María, 15 (España) C.P. Madrid 28014 Tlfn: + 34 91 369 35 80 Email: a.calero@investigacionyarte.com

Resumen

La cultura es como un abrigo malo, que pesa mucho y abriga poco, es incomodo y se aleja de la hechura. Entonces, ¿por qué tiene la capacidad de convertirse en bandera de las sociedades y por tanto de las ciudades? Pero, ¿por qué esas mismas ciudades que absorben tanta cantidad de información cultural, a la vez desdennan la mayoría de las propuestas? ¿Por qué, a pesar de la gran oferta cultural en la ciudad, hay tanta confusión en cuanto a la definición de que es arte y que es cultura? ¿Por qué se ha llegado a una súper oferta cultural en las ciudades?

Se parte en este estudio de un breve resumen de la evolución histórica de las manifestaciones culturales en nuestras ciudades. Se detectan problemas tales como: la superpoblación de artistas, la superoferta y tiempo disponible, la cultura gratis. Las novedades no se ven o pasan desapercibidas. Se devoran imágenes, conceptos e ideas (buenas o malas), pero no se reflexionan, ni se cuestionan, ni se asumen, sólo se consumen. El consumo es cómodo, es divertido, permite olvidar rápidamente y se sustituye una cosa por otra con facilidad. Especulemos sobre la posibilidad de la ausencia de manifestaciones culturales.

Palabras clave

Ciudad, Consumo, Arte, Cultura, Consumo cultural, Superoferta, Sociedad

Abstract

Culture is like a bad coat, which weighs a lot and doesn't shelter, it is uncomfortable and doesn't fit the body. So, why culture has the ability to become a flag of societies and therefore of cities? Why do those cities that absorb so much cultural information, disdain most proposals? Why, despite the great cultural offerings in the city, there is so much confusion about the definition of art and culture? What is the reason for this super cultural offer in cities?

This study begins with a brief summary of the historical evolution of cultural events in our cities. Problems are detected such as overpopulated artists, the oversupply, time available and free culture. Innovations go unnoticed. Images, concepts and ideas (good or bad) are devoured, but they are not questioned nor assumed, just consumed. Consumption is comfortable, fun, easy to forget and replace. Let's speculate about the possibility of a city without cultural events.

Key words

City, Consumption, Art, Culture, Cultural consumption, Super-offer, Society

Introducción

Preámbulo: Mi abuelo decía: “La cultura es como un abrigo malo, que pesa mucho y abriga poco”, y se podría añadir; además es incómodo y se aleja de la hechura. Entonces, ¿Por qué tiene la capacidad de convertirse en bandera de las sociedades y por tanto de las ciudades?

Pero, ¿Por qué esas mismas ciudades que absorben tanta cantidad de información cultural, a la vez desdeñan la mayoría de las propuestas?

¿Por qué, a pesar de la gran oferta cultural en la ciudad, hay tanta confusión en cuanto a la definición de que es arte y que es cultura?

¿Por qué se ha llegado a una súper oferta cultural en las ciudades?

No se trata aquí de elaborar exhaustivamente la descripción del origen de la manifestación cultural y su inclusión en cualquier enclave social o más propiamente la ciudad, pero si cabe hacer algunas declaraciones generales:

La Cultura la entendemos como cualquier actividad o producto realizado por el ser humano con finalidad estética o comunicativa, por la cual y a través ella expresa ideas, emociones o, en general, una visión del mundo. El arte emplea, para ello, diversos recursos, como los plásticos, lingüísticos, sonoros o mixtos. Así, durante mucho tiempo, y por no remontarnos a la prehistoria, se vino hablando de las cinco Bellas Artes; La Pintura, la Escultura, La Arquitectura, La Danza y La Música, y al pronto la incorporación de La Literatura como sexto arte, pero ya en el siglo XX fue superada esta clasificación, al irse incorporando otras disciplinas, en muchos casos mixtas, como fue el Cine en su momento, (séptimo arte), y más recientemente la fotografía, el videoarte, y otras manifestaciones que ya todos conocemos (como el performance, bioarte, arte electrónico, y en general toda la corriente sincretista- que toma diversas disciplinas para configurar dicha manifestación artística y por ende cultural-).

Dicho esto y a lo que aquí conviene, la Cultura ha ido conformando iconos, banderas, mitos y utopías, que como mencionó André Gide (Gehlen, 1994) son necesarios para que los humanos aprehendamos las ideas y cosas de sutil aparición, que de otra forma, al poco, echarían a volar.

Así es como la Cultura a pesar de ser, podría decirse, un residuo de nuestra existencia, se va convirtiendo en el sustrato que alimenta, no solo nuestra consciencia de pertenencia (a un determinado ámbito cultural), sino también el protocolo de las relaciones (todos llevamos un tinte cultural), sustenta las aspiraciones personales y sobre todo sociales (la tradición en continuidad y transformación) y fija nuestras realidades como especie (es al fin parte del diario de bitácora del ser humano).

Es decir en lo que llamamos ampliamente Cultura, intervienen múltiples disciplinas académicas que tratan su contenido, sus causas y efectos; la geopolítica, la sociología, la filosofía, y la historia del arte, por nombrar alguna de ellas o las que tienen relación con esta mesa del Congreso: La ciudad representada: Cultura, arte, museos, teatro y ciudad.

Objetivos

Acercarse a la realidad de la superabundancia de la oferta cultural en las ciudades, así mismo vislumbrar en que forma es absorbida o seguida por el público, y a ser posible descubrir algunos de los síntomas en el uso o consumo de dicha oferta y causas que lo generen.

Metodología

- Introducción que recoja algunos de los fundamentos básicos sobre lo que se entiende por Cultura, los orígenes de las manifestaciones culturales y su difusión amplia en las ciudades.
- Fundamentos de relación geopolíticos, sociológicos, filosóficos e historicistas del hecho cultural en las sociedades.
- Establecer síntomas y causas de cómo y porqué la ciudad devora Cultura.
- Conclusiones sobre el uso y consumo de la Cultura en las ciudades.

1. Fundamentos geopolíticos, sociológicos, filosóficos, sociológicos e historicistas de la Cultura

Si analizamos el hecho cultural desde las posiciones mencionadas en la introducción, también nos darán una pista, o mejor dicho una definición sobre la misión o usos que tiene y trae parejo el afloramiento cultural.

En el primer punto, es decir el geopolítico, la rivalidad entre ciudades, por ejemplo en el Renacimiento, o entre imperios en el siglo XVII y XVIII, o entre naciones en el siglo XIX y XX, o entre continentes, dígase el siglo XX y XXI, ha llevado a que cada cual hiciera bandera de determinadas acciones culturales para reafirmarse y también y sobre todo para diferenciarse del rival. Baste mencionar por ejemplos curiosos; la pintura de marinas en Flandes y en Holanda en el XVII, mientras la primera venía representada con mares embravecidos, la segunda prefería aguas calmadas y tranquilas. O la iconoclastia religiosa de ortodoxos con respecto a la representación iconográfica católica. O la no inclusión de figuras humanas en el arte Islámico. O por poner ejemplo actual, la avalancha de cine americano y las políticas de protección de las producciones autóctonas.

En cualquier caso, determinadas manifestaciones culturales tienen la capacidad de crear sentido de pertenencia bien al grupo, la etnia, la ciudad, el país, el continente o el mundo, como se viene diciendo, siendo su misión de aglutinante de individuos con respecto a su situación de nacimiento y por tanto geográfica. En este sentido, es igualmente cierto que hoy se tiende a la globalización, a la pertenencia al mundo. No obstante se podrá decir que la Cultura une o desune civilizaciones.

Por seguir avanzando, se podrá decir, que desde el aspecto sociológico, la Cultura, va tiñendo a cada población de determinadas formas de entender la vida; es decir, crea un protocolo de relaciones en base a la unificación de los mismos conceptos. Esto es bastante obvio, por ejemplo en cómo se ha ido atendiendo el canon de belleza a lo largo de la historia, o como se comporta cada sociedad en la persistencia de la tradición o costumbres, tanto religiosas como paganas, de expresión popular, como se demuestra en la continuidad de las Fiestas Populares; e igualmente innegable está en el componente de la transmisión de saberes a través de la Educación.

Así mismo, no en pocos estadios, una ciudad concreta ha generado un aspecto cultural que ha calado en el panorama general, cambiando no solo apreciaciones sobre cuestiones estrictamente estéticas sino procurando cambios de costumbre. Paradigma de esta situación es por ejemplo el caso de “La Movida” madrileña de los años 80.

Desde otro de los parámetros básicos, en relación directa con la trasposición entre la continuidad del pensamiento y su evolución, con la Cultura que crea corriente, habría que remitirse al desarrollo de la Estética.

No tiene pretensión esta ponencia en profundizar sobre el componente estético, que tan profuso y complejo es, pero si decir, que aunque solo nos fijemos en la Historia del Pensamiento, al modo que preconiza Hegel (Beardsley; Hospers, 1997) nos encontramos que “El espíritu absoluto es ser en sí y para sí”. Y se manifiesta en las tres formas del arte, la religión y la filosofía, en correspondencia respectivamente, con la intuición, la representación y el pensamiento.

Para Hegel la filosofía es la razón que se comprende a sí misma. Las diversas filosofías producidas en el transcurso de la historia son fases de la filosofía, es decir, momentos de conquista histórica del conocimiento, de la Idea.

Parece que no cabrá duda que tanto el arte, como la representación, como sus lecturas de pensamiento son catalizadores primitivos de lo que entendemos por Cultura, siendo capaces cualquiera de ellos, y especialmente al que nos referimos ahora, de marcar corrientes de pensamiento y por ende manifestaciones socio-culturales.

Baste citar, por poner un ejemplo actual, la interpretación realista y relativista de la cultura librepensadora, frente al pensamiento único y absoluto de las teorías del creacionismo.

Y por supuesto, si atendemos a la evolución histórica de la propia representación, es decir a la Historia del Arte, es fácil de percatarse, que ha habido un desencadenante de usos y misiones que al arte le han impuesto o se ha autoimpuesto. Llegando al paradigma “del arte habla del arte” de los postulados post-modernistas, o del objetivo de espectáculo propia el Sincretismo.

Por lo dicho hasta aquí, creo que ya se han contestado, al menos en parte, algunas de las preguntas iniciales, es decir, que es la Cultura, porque tiene la capacidad de crear iconos en las sociedades, o porque todas las actividades humanas están teñidas de los elementos que ha ido generado la Cultura, incluso aquel abrigo del que primero se hablaba.

2. Cómo y porqué la Ciudad devora Cultura

Ahora bien, aquí se llega al problema proyectado, es decir, de cómo y porque la ciudad devora cultura.

Y al menos, sin perjuicio de otros, se han detectado los siguientes síntomas y causas:

Hay propuestas o novedades culturales, que, o no se ven, o pasan desapercibidas o velozmente del panorama.

Su causa: Invariablemente aquí se ha de atender a la capacidad mediática de cada una de aquellas propuestas. En una ciudad, pongamos por ejemplo como Madrid, es raro el día que no haya una docena de inauguraciones, estrenos, presentaciones, etc.

Igualmente se sabe por estadística que sólo entre el 2 y 3% es el porcentaje de población interesada directamente por la Cultura, dijérase, de élite, o de propuestas de vanguardia, y aunque venga siendo más amplio dicho porcentaje en la llamada Cultura Popular, es precisamente por su carácter, que el efecto llamada o presencia se cir-

cunscriba a unos eventos muy concretos, que son los que causan más atención. Diríase que los eventos pensados y diseñados para la masa son los que acaparan las grandes cifras de presencia ciudadana, mientras que las propuestas más atrevidas, personales o experimentales, se tienen que conformar, en el mejor de los casos, con repartirse ese exiguo dos o tres por ciento de la población. Siendo así, como de la docena de eventos en oferta diaria, que hemos puesto por caso, quizá sólo uno sea masivamente visitado, mientras que el resto tienen escasa afluencia de público, a veces testimonial, abocándoles a duraciones muy cortas. Baste recordar los días que están en cartelera las películas de autor o las películas que no vienen arropadas por las grandes distribuidoras americanas.

Se suceden rápidamente las novedades culturales.

Su causa: Como continuación a los párrafos anteriores, la duración de las acciones culturales son cada vez más cortas, pero a la vez esto genera un vacío que inmediatamente se tiende a llenar. Se baraja la posibilidad de que cambiando de contenidos se vuelva a estar en disposición de hacer llamada de convocatoria. La Cultura, se convierte así, en una especie de menú renovado continuamente, con la intención de ser un elemento hiperactivo y regenerador.

Por el contrario el efecto es inverso, pues la realidad es que dicha situación lo que produce es un aceleramiento del concepto de la Cultura como objeto de consumo.

Las novedades dejan de serlo en cuanto son proclamadas, como ha mencionado alguna vez el escritor Javier Marías, en sus columnas o artículos.

Además, habrá que considerar que muchas de las acciones culturales vienen con tendencia a su gratuidad, aspecto también muy importante si se considera el modelo de subsistencia que puede engendrar Cultura, y aunque este no es el objetivo de esta mesa, bien habrá de tomarse en cuenta, cuando se habla de glotonería cultural.

Sin extenderse mucho en este aspecto, creo que hay dos motivos fundamentales para que esto haya llegado a esta situación; uno proviene, evidentemente, de los avances tecnológicos, que han abaratado, hasta límites insospechados la obtención de productos culturales.

El segundo es el carácter subsidiario que tiene el ciudadano medio sobre lo que entiende por acceso cultural, es decir, serán otros los que nos tengan que procurar la Cultura.

Tiempo libre disponible para acercarse a las actividades culturales.

Su causa: Hasta no hace mucho tiempo, el acceso a la Cultura era presencial, es decir había que asistir físicamente a tal o cual evento, y aunque el tiempo disponible, en las sociedades avanzadas, nunca fue mucho, era bastante más, que pongamos el existente en los últimos 15 años.

La irrupción, tanto de ritmos de trabajo acelerados, como las herramientas nuevas de los ordenadores y de Internet, ha cambiado por completo el panorama. Hoy no hace falta desplazarse, no hace falta asistir, para acercarse a la mayoría de las actividades culturales, aunque dicha información quede parcial o sesgada.

El acceso a gran cantidad de contenidos culturales, queda así reconducido, y bien en pago o en gratuidad, son consumidos tanto con rapidez como en abundancia por el usuario, de ahí una de las facetas del llamado, aquí, devore Cultural.

Súper-oferta de acciones culturales.

Su causa: Hasta época reciente, se ha de convenir que el número de artistas era escaso en relación al número de habitantes, en parte debido a que para ejercer tal actividad había que disponer de cierta holgura económica y conocimientos suficientes, siendo pocos los que alcanzaban este nivel, e incluso no estaba muy bien considerada esta profesión por tratarse en cierta medida de una habilidad manual o incluso artesanal.

No obstante ésta situación ha cambiado drásticamente a lo largo del siglo XX con el advenimiento de una sociedad inmersa en la consecución de amplias clases medias, con rentas sobrantes y un abundante tiempo libre para el ocio, además la profesión artística se vio favorecida socialmente al incorporarse como una actividad mental a la vez que física, entrando de esta manera en una actividad sujeta a una valoración más positiva y por tanto deseada.

Éste proceso ha dado lugar a la proliferación de individuos artistas o que al menos lo intentan, llegando al punto de que rara es la familia afincada en el primer mundo que no tiene entre sus miembros un “artista”.

Como consecuencia de tal número de productores de arte, pseudoarte y otras versiones creativas que intentan introducirse y asentarse en el mercado, la producción es tal que al margen de la confusión estética que puedan producir y que merecería otra ponencia entera para su análisis, resulta que el número de obras es ingente y por tanto existe una superproducción que desafía cualquier oferta razonable.

Además también se ha dado un incremento de procedimientos, herramientas y soportes, habilitados para la producción artística que igualmente ha llevado a más diversidad de objetos artísticos y por tanto escalas de apreciación estética y de mercado, a la vez que de igual modo han conseguido aumentar más el número de obras disponibles, si cabe, por tratarse de útiles que acortan el tiempo de producción e incluso permiten el múltiple, tales como la fotografía, el vídeo, el CD, el grabado, etcétera, siendo que cada artista en activo podría multiplicar en proporción desorbitada cualquier producción de un artista digamos del siglo XIX para atrás.

Conclusiones

Por lo aquí tratado, es decir, el acercamiento a la apreciación de que la Ciudad Devora Cultura, y tras los análisis, aunque someros de los síntomas y causas del estado actual del hecho cultural, se pueden mencionar, sin menoscabo de otras, las siguientes conclusiones:

1. Triunfa la Cultura Popular, sin más pretensión que el entretenimiento o en el mejor de los casos el divulgativo, arropados por la gran capacidad mediática de sus promotores.
2. Aceleramiento del concepto de consumo de la Cultura, que prima y priva, porque el consumo es cómodo, es divertido, permite olvidar rápidamente y se sustituye una cosa por otra con facilidad.
3. Tendencia a la gratuidad de la Cultura, con la consecuencia de un empobrecimiento en los contenidos, avivado si cabe por una súper población de artistas o pseudo-artistas.
4. Se devoran imágenes, conceptos e ideas (buenas o malas), pero no se reflexionan, ni se cuestionan, ni se asumen, sólo se consumen.

Se abren varios puntos para el debate:

¿Es positivo el exceso de actividades culturales en las ciudades? ¿Es mejor la confusión actual que las ortodoxias de épocas pasadas?

¿Y si entrevistáramos la posibilidad especulativa de la ausencia de tales manifestaciones?

Referencias y Bibliografía

Abellán, J. L. (1971). Mito y Cultura. Madrid: Seminarios y Ediciones, SA. 1.

Beardsley, M.; Hospers, J. (1997). Estética, Historia y Fundamentos. Traducido por Román de la Calle. Madrid: Cátedra. (Colección Teoremas).

Bell, J. (2001). ¿Qué es la pintura? Representación y arte moderno. Traducido por Vicente Campos. Barcelona: Nueva Galaxia Gutenberg.

Gehlen, A. (1994). Imágenes de época. Sociología y Estética. Traducido por JFYvars. Barcelona: Península. (Colección Historia, Ciencia y Sociedad).

Ramírez, J. A. (1994). Ecosistema y Explosión de las artes. Barcelona: Anagrama.

EL CONSUMO CULTURAL Y LAS CIUDADES. EL CONSUMO DE CULTURA COMO ELEMENTO IDENTITARIO Y MOTOR ECONÓMICO DE LAS CIUDADES DEL SIGLO XXI.

Isabel Rodrigo Martín

Profesora

Facultad de CC.SS, Jurídicas y de la Comunicación. Universidad de Valladolid. Trinidad, 3, Segovia (España) CP 40001 Tlfn: + 34 921 112 300 Email: isabel.rodrido@uva.es

Luis Rodrigo Martín

Profesor

Facultad de CC.SS, Jurídicas y de la Comunicación. Universidad de Valladolid. Trinidad, 3, Segovia (España) CP 40001 Tlfn: + 34 921 112 300 Email: lrodrigo@hmca.uva.es

M^a Isabel Martín Requero

Profesora

Facultad de CC.SS, Jurídicas y de la Comunicación. Universidad de Valladolid. Trinidad, 3, Segovia (España) CP 40001 Tlfn: + 34 921 112 300 Email: imartinr@hmca.uva.es

Resumen

Tradicionalmente la cultura ha llegado a los ciudadanos de la mano de la educación formal y, en contadas ocasiones, mediante sistemas de educación informal. No obstante, en la actualidad asistimos al auge de un novedoso consumo especializado que trata de seducir al ciudadano-consumidor siguiendo las estrategias que cualquier otro tipo de consumo.

Este consumo cultural se articula en torno al eje de las ciudades. El consumo del ocio y de la cultura toma como referencia geoespacial la ciudad y, al mismo tiempo, se convierte en referente de la identidad de la urbe, de su personalidad y de su esencia.

Ante esta nueva perspectiva de la cultura como objeto

de consumo surgen dos necesidades claramente diferenciadas. En primer lugar una necesidad de la ciudad de convertirse y fomentar su concepción como espacio de participación y formación ciudadana en torno a un proyecto cultural, mientras que, en segundo lugar se proyecta como una carta de presentación para invitar al acercamiento de visitantes y turistas.

El consumo cultural y las construcciones culturales en torno al consumo se convierten en el momento actual en un motor económico de las ciudades, por lo que para entender en su totalidad el fenómeno cultural de las ciudades creativas debemos tomar en consideración una doble perspectiva: una propia de la cultura y del conocimiento y otra de carácter economicista.

Palabras clave

Consumo, ciudad, creatividad, cultura, ocio, arte.

Abstract

Traditionally, culture has come to the citizens of the hand of formal education and, rarely, through informal education systems. However, today we are witnessing the rise of a new specialized consumer tries to seduce the citizen-consumer following strategies than any other type of consumption. This cultural consumption is articulated around the axis of the cities. The consumption of leisure and culture as a reference geospatial city and at the same time, it becomes the benchmark for the city's identity, its personality and essence. Given this new perspective of culture as an object

of consumption there are two distinct needs. First a city need to develop and promote its conception as a space for citizen participation and training around a cultural project, while second is projected as a letter to invite the approach of visitors and tourists. Cultural consumption and cultural constructions about consumption at the present time become an economic engine of the cities, so to fully understand the cultural phenomenon of creative cities must take into account two perspectives: a own culture and knowledge and character other economist.

Key words

Consumer city, creativity, culture, entertainment, art.

Introducción

Asistimos a una época de consumos especializados, que desarrollan sus propios discursos comunicativos y sus consecuentes estrategias comerciales, determinando qué cuestiones se ponen de moda en detrimento de otras que quedan al margen del interés de la mayor parte del cuerpo social. Una de las características propias de este momento histórico es el auge del consumo cultural, o mejor dicho, la presentación de la cultura como producto de consumo. Este consumo cultural tiene como objetivo la formación del consumidor, a través del aprendizaje como herramienta para desarrollar las demás capacidades, y la búsqueda de la ansiada realización personal, que permitirá al ciudadano su posicionamiento personal y profesional en la realidad social. Pero sin pasar por alto el valor económico que supone el consumo de cultura, tradicionalmente vinculado al sector del turismo pero que en el momento actual supera la visión clásica para articular un sistema complejo de consumo en torno al ciudadano como protagonista indiscutible de todas las actividades culturales de las ciudades. Las ciudades se convierten en escenarios de representación cultural, desde las calles hasta los museos pasando por los parques, edificios, plazas, etcétera se transforman es escenarios de cultura, pero también en escenarios de consumo en torno al hecho cultural.

Así, en esta “Nueva Era”, se despierta el interés y se pone en valor el consumo cultural, o mejor dicho, la cultura como producto de consumo, que no es exactamente lo mismo.

Objetivos

Conocer el papel que desempeña el consumo cultural en la sociedad actual.

Considerar la creatividad y la imaginación como dos formas de pensamiento capaz de impulsar el desarrollo de las ciudades.

Analizar el consumo cultural como motor de desarrollo económico y creativo.

Estudiar la ciudad como escenario vivo y permanente de cultura dispuesta para ser consumida por un número de personas en constante crecimiento.

Comprobar que el ocio y el consumo cultural se convierten en un factor de identificación de la ciudad.

Constatar que la ciudadanía disfruta y hace uso de la cultura bajo parámetros de consumo.

Identificar las estrategias de promoción de las ciudades mediante la comunicación de su oferta de destino cultural.

Metodología

Para alcanzar los objetivos enumerados hemos empleado una metodología de carácter cualitativo desde una perspectiva multidisciplinar que nos permitiera abordar un objeto de estudio tan polimórfico, dinámico y complejo. El objeto de estudio ha sido abordado en tres fases, una primera de carácter descriptiva, una segunda más compleja de carácter exploratorio y una tercera y final de carácter inductivo que nos ha permitido deducir las múltiples posibilidades que presenta el consumo cultural como dinamizador de la vida cultural, social y económica de las ciudades. Así mismo, hemos inferido la importancia del consumo de cultura en una doble dimensión, la que afecta a los ciudadanos y la que afecta a las ciudades en las que residen, que a su vez se manifiesta en una doble proyección: interna, que en la que participan sus propios habitantes, y externa, atrayente de nuevos visitantes y configuradora de la identidad de la urbe. Se trata por tanto de un conjunto de enfoques diferenciales que, en mayor profundidad, se han llevado a cabo a lo largo del presente trabajo: estudio teórico conceptual, análisis socio-cultural, descripción estructural desde la Teoría de los Sistemas y de los estudios del consumo, de la cultura y de la organización de las ciudades.

1. El consumo cultural de las ciudades. El consumo de cultura como elemento identitario y motor económico de las ciudades del siglo XXI.

El consumo cultural tiene como objetivo la formación del consumidor, a través del aprendizaje como herramienta para desarrollar el resto de las capacidades, y la búsqueda de la ansiada realización personal, que permitirá al ciudadano su posicionamiento, tanto a nivel personal como profesional, en la realidad social.

Paradójicamente, este consumo racional de cultura provoca en el consumidor una serie de sensaciones de bienestar de carácter eminentemente emocional, en tanto que genera un sentimiento de autorrealización o de autoprotección en el plano más vinculado a lo cultural.

Dentro de este consumo nos encontramos con la oferta de numerosas academias y centros de estudio que ofrecen cursos, seminarios y cualquier otra modalidad para conseguir la formación que debe atesorar cualquier ciudadano del siglo XXI. El aprendizaje de idiomas e informática se llevan la palma, además de otras actividades, como pintura, dibujo, música, artesanía, labores, etcétera, que sirven para dar sentido a un tiempo de ocio que, además, adquiere valor, en tanto que se ocupa con actividades de naturaleza cultural.

Asistimos, de esta manera, a la presentación en los mercados de toda una serie de productos de consumo, de naturaleza racional, que se ofertan al consumidor bajo un discurso, también eminentemente racional, en tanto que presenta estos consumos culturales y educativos como una llave maestra para el triunfo en una sociedad competitiva y moderna. Es, precisamente en este último punto argumental, en el que lo racional empieza a ceder protagonismo a lo emocional, en tanto que la promesa de mejora a través del consumo, no sólo se presenta al consumidor como el trayecto hacia la mejora en el plano laboral o económico, sino también en el aspecto social.

El consumo cultural hace de la persona un ciudadano, no sólo más cualificado, sino también mucho más interesante, más cultivado, con mayor prestigio y reconocimiento social, más refinado; en definitiva, mucho más objeto de deseo y admiración para el resto de los ciudadanos que le rodean.

En la actualidad estamos asistiendo a un fenómeno que se está dando en todo el mundo, el consumo del Arte. Para introducirnos en este nuevo consumo utilizamos las palabras de Vicente Verdú:

“...de una parte, el arte dignifica a su consumidor, de otra, en la actualidad monetaria, ha mostrado su valor”. 12

Verdú, V. (2008)

Los museos actúan en los tiempos actuales como auténticos centros comerciales donde, además de poder contemplar las obras de arte, se genera una actividad a la que el ciudadano modelo debe asistir para:

“mostrar la propia belleza de espíritu y la pureza de intención”. 13

Verdú, V. (2008)

Los museos son en la actualidad un motivo más para visitar las ciudades, y se convierten con frecuencia en una mera actividad más que ofertar por parte de las agencias de viajes en los tours que diseñan para el consumo turístico.

En el texto de Cameron, D. “¡Al cuerno con el público!”, podemos encontrar la anécdota que le sucedió cuando dirigía el Royal Ontario Museum. Según nos cuenta, en 1957, cuando el museo estaba a punto de inaugurar la primera exposición verdaderamente importante en años y un buen número de visitantes esperaba con cierta impaciencia la apertura de las puertas, el jefe de las salas irrumpió en su despacho con un tremendo enfado y furioso le espetó:

“hay que detener esto. Todas esas sandeces en la prensa, en la radio y toda esa propaganda a propósito de la exposición...”

Al parecer, la escasez de visitantes del museo en la última década había posibilitado que la mayor preocupación de los empleados del mismo hubiera sido, durante todos esos años, desarrollar un profundo orgullo por el brillo del parqué en las salas que ocupaba la muestra y que el éxito de la nueva exposición ponía en evidente peligro.

La anécdota nos sirve para apreciar la evolución que el consumo del arte ha experimentado desde la segunda mitad del siglo xx. En su origen, el museo era un estándar de la excelencia, un mundo al alcance de una élite privilegiada que se articulaba con la rigidez elitista propia de las marcas de prestigio. No es de extrañar, por tanto, que el movimiento antimuseo se gestara en el Mayo del 68 para, de la mano de los artistas fundamentalmente, terminar de consolidarse y cobrar adeptos en la década de los setenta. Los sectores más radicales del movimiento revolucionario, retomaron la antigua idea de los artistas de las vanguardias cuando afirmaban que

“no habrá progreso o democratización en las artes hasta que se quemara el Museo del Louvre”.

En 1972, el propio Cameron, D. en su texto “El museo: ¿templo o foro?” disertaba sobre la necesidad de encontrar sentido al museo como elemento cultural y social, atendiendo a las nuevas sociedades y a las necesidades de un tipo de ciudadano diferente:

“Los museos necesitan desesperadamente una terapia psicológica. Hay abundantes evidencias de crisis en algunas de las mayores instituciones mientras que otras están en un avanzado estado de esquizofrenia”. 14

Cameron, D. (1972: 15)

Es evidente que no fue preciso quemar el Louvre pero, no menos evidente resulta que esa quema no fue necesaria porque, él mismo se reconvirtió. Los museos y centros de arte se han convertido, en el inicio del siglo XXI, en el epicentro de la cultura entendida como ocio para ingentes masas de ciudadanos. La existencia de un ocio cultural es, hoy por hoy, uno de los sectores importantes en la planificación, no solo de la oferta cultural, sino en el plano económico y financiero de las regiones.

A partir de la década de los ochenta y, especialmente, en la década de los noventa y los primeros años de nuevo milenio, los museos y centros de ocio han visto como el número de visitantes crecía exponencialmente. Durante el año 2010 se estima que, sólo en España, más de 16,5 millones de personas visitaron los principales museos del Estado. La tendencia se acentúa, aún más, fuera de nuestras fronteras donde países vecinos como Francia recibieron cerca de sesenta millones de visitantes en sus museos y centros de arte.

La mejora de los estándares educativos y culturales puede explicar el mayor interés por la cultura. Los ciudadanos cada vez disponemos de un mayor acceso a la educación y a la cultura y eso, evidentemente, repercutirá en el aumento de visitantes a los centros de cultura. Sin embargo, la envergadura del crecimiento en el consumo de cultura es tan espectacular que la mera explicación de que la cultura está más extendida entre los diferentes estratos sociales resulta manifiestamente insuficiente a la hora de tratar de justificar el extraordinario crecimiento en el interés. Para poder comprender el fenómeno del ocio cultural debemos de tener en cuenta otras cuestiones de tipo social, comunicativo y de consumo.

Una de esas cuestiones es la referida a la propia configuración de los museos o centros de arte como un “contenedor”, un templo, una microciudad y la evolución de las arquitecturas de los mismos en una búsqueda permanente de la reinención continua.

Algunos autores han tratado de establecer un paralelismo entre la evolución social y la evolución de la concepción de los museos. En este sentido, y muy a grandes rasgos, podemos observar un proceso que se inicia cuando Renzo Piano y Richard Rogers diseñaron el Centro Pompidou de París en 1977. Con su novedoso diseño se rompía con los cánones clásicos del museo como templo para convertirse en una plaza pública que atrajera, por

sí misma, a los visitantes y donde tuvieran cabida, además de las pinacotecas, las mediatecas, las galerías y los reclamos arquitectónicos.

Esta tendencia fue la línea directriz de la mayoría de los museos que se construyeron hasta finales del siglo XX, así como de las remodelaciones de algunas de las más clásicas pinacotecas, como es el caso del Louvre, que se dotaron de servicios mucho más allá de las necesidades propias de las colecciones que albergaban. La evolución nos lleva a poder contemplar un nuevo tipo de museo. Un museo que se convierte, por sí mismo, en un reclamo, independientemente de lo que esconden sus paredes. Esta nueva tipología tiene su máximo exponente en el diseño del genial Frank Gehry para el Museo Guggenheim de Bilbao. Una construcción que, en su propia concepción, encierra mucho más que ser un mero contenedor para el arte, sino que pretende metas mucho más complicadas, fundamentalmente transformar la ciudad que le acoge y atraer turistas, con las repercusiones socioeconómicas evidentes que ello conlleva. En palabras de su propio director, Thomas Krens el propósito del museo es:

“un parque temático con cuatro atracciones: buena arquitectura, una buena colección permanente, exposiciones primarias y secundarias; y otras diversiones como tiendas y restaurantes”. 15

Krens, T. (2009: 5)

El Guggenheim de Bilbao marcó el inicio de una tendencia en la que, después de su formidable éxito, nada volvería a ser igual. Sus arquitectos consiguieron hacer del museo el elemento más destacado del Marketing urbano, siendo conocido y visitado por miles de turistas nacionales e internacionales, como se puede comprobar viendo las largas colas que se forman diariamente a la entrada del museo. La visión del Museo como el elemento de reclamo para el turismo y la consiguiente generación de riqueza para el entorno en el que se integra, se repetirá próximamente con la construcción de otros dos proyectos de museos con ambición turística, por una parte una nueva versión del propio Guggenheim, otra vez a cargo de Gehry, F. esta vez, rizando el rizo, en Abu Dhabi o el nuevo Louvre encargado a Nouvel, J.

Tal ha sido su éxito, que los museos han logrado ser, en muchos casos, los buques insignia de muchas ciudades, hasta el punto de que en la actualidad resulta prácticamente imposible encontrar alguna ciudad española que no cuente con su museo de arte contemporáneo. Construcciones que han pretendido ser símbolo de la ciudad, a mitad de camino entre la ceguera política, que suele ver en un museo una buena excusa para gastar unos cuantos millones sin recibir muchas críticas, porque no es políticamente correcto criticar el gasto en cultura, pese a que, en muchos casos, ese gasto acabe por resultar absolutamente disparatado y una suerte de imitación del vecino, es decir, que muchos de estos proyectos, en algunos casos faraónicos, son fruto de la envidia o la comparación entre territorios y el esfuerzo de la clase política por dotar a una ciudad de, exactamente, lo mismo que tiene la de al lado.

Pero dejando a un lado las miserias de la política, lo que resulta indiscutible es que en algunas ocasiones infraestructuras pensadas y diseñadas para un consumo cultural, han acabado por convertirse en auténticos referentes de imagen del territorio que las acoge, superando, en buena medida, las pretensiones que justificaron su construcción.

La máquina del consumo de arte, al probar notablemente su rentabilidad económica y su gran aceptación por parte de los ciudadanos, pronto comprendió que debía evolucionar y explorar un mercado que, hasta el momento, se encuentra prácticamente virgen.

En esa evolución cabe destacar otra línea de construcción museística, a aquella que, una vez superado el fenómeno del museo reclamo, del contenedor monumental que atrae por sí mismo convirtiendo un entorno vulgar en extraordinario con su mera presencia, al museo que trata de integrarse en el entorno respetando el mismo por su especial belleza previa a la construcción.

Nos estamos refiriendo a una nueva tendencia que ya no busca destacar sino integrarse, el museo-paisaje, con el que se pretende conseguir el efecto contrario al de las construcciones espectaculares.

Como ejemplos de esta nueva línea en la producción de centros de arte que ofrezcan un nuevo atractivo para su consumo podemos encontrar el Museo Paul Klee en Berna, diseñado por Piano, y que funde su cubierta con el paisaje. El Museo de la Villa Romana de Olmeda en Palencia a cargo de Ángela García Paredes e Ignacio García Pedrosa, el Louvre de Sanaa en Lens a cargo de Sejima y Nishizawa, y un largo etcétera de proyectos en los que actualmente se está trabajando como es el caso del proyecto para la construcción de un Museo permanente para la Muestra Las Edades del Hombre dirigido por Juan Navarro en Burgos.

Otra de las tendencias contemporáneas que se nos hace preciso citar es la remodelación de espacios en desuso. Esta tendencia, invadida por un espíritu "Okupa", pretende hacer patente que los edificios antiguos pueden tener una segunda vida tras la remodelación. Siguiendo este planteamiento algunas iglesias, hospitales, fábricas, almacenes portuarios, etcétera se pueden reconvertir en museos atractivos para una masa social deseosa de encontrar el reclamo para consumir arte. En esta misma línea podemos citar como ejemplos notables los trabajos realizados por Franco, A. en el antiguo Matadero de Legazpi en Madrid, la remodelación del antiguo Palais de Tokyo en París a manos de Lacaton y Vassal, o la del antiguo almacén portuario de Venecia diseñada por Piano.

Esta nueva sociedad del consumo ha conseguido hacer del museo un espectáculo digno de interés para una gran masa de público. Una amalgama de gentes diversas atraídas por un consumo de arte a caballo entre un pasado elitista y una significación moderna diferencial. En definitiva, un espectáculo digno de ser consumido por un sector de población lo suficientemente grande como para que resulte rentable. Los museos dejan a un lado su histórico papel de recinto reservado a una clase social privilegiada, tanto en el plano económico como fundamentalmente en el intelectual, para convertirse en el reclamo de un lugar emblemático de un nuevo tipo de consumo moderno, diferencial, que aporta un plus de reconocimiento social y, en algunos casos, un tanto esnobista, pero que es ideal para ser consumido por prácticamente cualquier persona independiente de su edad, sexo, nivel cultural, etcétera.

El museo se aparta de su condición tradicional de albergue de colecciones permanentes, para que paulatinamente compartan protagonismo con exposiciones temporales y temáticas de sencilla venta y promoción comunicativa y marketiniana, donde el museo también será el foro para fiestas, conferencias, cine, representaciones teatrales, conciertos y talleres.

Todo ello con el afán de llegar cada vez a un mayor público, se dotarán también de un mayor número de servicios a disposición de los potenciales consumidores, cada día más numerosos y que deben de ser fidelizados para que sigan consumiendo arte. Las tiendas, restaurantes y librerías cada vez tienen un mayor peso en el diseño de los museos, y a esta tendencia debemos sumar aquellos otros servicios que superan las limitaciones espaciales para llegar al público del ciberespacio. Los principales museos del planeta cuidan con mimo sus páginas web, más que páginas auténticos portales que brindan toda clase de servicios al visitante, desde las cada día más realistas visitas virtuales, hasta la posibilidad de descargar conferencias, conciertos y obras de teatro como ya es posible en el

novedoso proyecto llevado a cabo por el Bardican de Londres. En esta misma línea cabe destacar otro interesante proyecto impulsado por el Museo del Prado con la colaboración de la multinacional Google que, a través de su aplicación Google Earth, ofrece la posibilidad de obtener en el ordenador de cualquier visitante 14 joyas de su colección en una mega-alta calidad y que, fruto de la buena acogida y del tremendo interés que ha suscitado en la red, ofrecerá en los próximos meses una versión para descargar las obras en el teléfono móvil.

Una de las principales preocupaciones que podemos encontrar en el momento actual entre los responsables de los más importantes museos del planeta es cómo “venderse” en internet, ese espacio que desafía lo geográfico y lo espacial y que permite llegar a una audiencia planetaria. En este sentido, cada vez son más las instituciones que están poniendo en marcha sus programas para tener presencia efectiva, real y muy cuidada en las principales redes sociales. Baste citar un par de interesantes ejemplos para ilustrar este novedoso, pero cada día más importante, esfuerzo por cuidar la imagen en internet. El Metropolitan Museum de Nueva York tiene más de 200 vídeos colgados en Youtube con el objetivo de conseguir atraer el interés del público más joven, un esfuerzo que se complementó con la utilización en sus campañas de comunicación tradicional de las miles de imágenes que sus visitantes colgaban en Flickr con un éxito tremendo como reconoce constante y reiteradamente su directora de comunicación Elyse Topalian. Muy interesante resulta también el proyecto impulsado por el Brooklyn Museum que pretende, a través de Facebook, llevar a cabo un “desinstitucionalización” del museo siendo las personas que trabajan en él las que respondan con nombre y apellidos al encargo de generar una red de amigos del museo, es decir, no se crea un perfil del propio museo sino un entramado de referentes personales.

Como viene a reconocer Damien Withmore, lo cierto es que:

“Los museos no son sólo contenedores, son también productores de contenido”. 16

Withmore, D. (2009: 6)

Y ésta es una tendencia que paulatinamente se encuentra más acentuada en la medida en que el ocio es un mercado y las instituciones culturales han aceptado ese juego en el afán por conseguir una mayor repercusión social.

Las instituciones culturales han comprendido y aceptado el nuevo juego económico en el que participan. Una nueva posición dentro de un mercado económico y social que exige un replanteamiento, no sólo de su gestión, sino también de su propia concepción. En este sentido, Manuel Borja-Villel, director del Museo Reina Sofía de Madrid señala:

“Si el paradigma económico centrado en el dinero fácil y la especulación no se sustenta, es también evidente que la cultura basada en la primacía del edificio y del espectáculo sobre el programa ha dejado de tener validez y que la necesidad de inventar otros modelos es imperiosa [...] La formulación del nuevo museo es inviable sin un cambio institucional que acarree mutaciones estructurales, de gestión y ordenación jurídica. El museo debe saber generar y asociarse con la esfera de lo Común, esto es, un espacio que va más allá de lo institucional, y que no es público ni privado, aunque mantiene dimensiones de ambos.” 17

Borja-Villel, M. (2009: 6)

La visión crítica del fenómeno que expresa Borja-Villel, M. contrasta notablemente con la gestión efectiva que normalmente se aplica. Este tipo de consumo cultural es favorecido por los propios museos que facilitan las visitas para que se consuma su arte.

Lo importante no es tanto contemplar las obras de arte, como ampliar los espacios, facilitar el aparcamiento, ofrecer ocios alternativos, etcétera; En definitiva, el consumo del arte, en este sentido en el que venimos hablando, es, ni más ni menos, que el consumo de una experiencia en la que lo verdaderamente importante es simplemente haber visitado el centro o museo. Lo mismo que sucede con los santuarios religiosos, que con sólo cruzar el umbral quedas bendecido, ganas el jubileo o cualquier otra prebenda religiosa.

Los museos se convierten en nuevos escenarios de consumo donde, además de consumir, se consigue ese “encanto” en este mundo desencantado.

“Los nuevos medios de consumo se pueden considerar “catedrales del consumo”; es decir, para muchas personas poseen un encantado – y a veces sagrado – carácter religioso. Con el fin de atraer a un número de consumidores cada vez mayor, dichas catedrales del consumo necesitan – ofrecer – o al menos aparentar que ofrecen – unos escenarios cada vez más mágicos, fantásticos y encantados en los que consumir”

“...las catedrales de consumo no sólo están encantadas, sino fuertemente racionalizadas. En la medida en que atraen a un número de consumidores cada vez mayor, su encanto se debe reproducir una y otra vez en función de la demanda”. 18

Ritzer, G. (2000: 19-20)

Lo realmente importante, como hemos señalado es haber estado en el museo, pues esto se convierte en un indicador de clase social y sirve para presentarse en la sociedad como un ciudadano interesado, formado y sensible a la cultura. Ésta, bien puede ser, la explicación de esas largas colas que se forman a las puertas de los museos con motivo de exposiciones conmemorativas, o monográficas, ejemplos como la reciente exposición de Goya en tiempos de guerra, en el Museo del Prado de Madrid o la monografía de Renoir en el Museum of Fine Arts (Boston) son una clara muestra de lo que estamos exponiendo.

Los museos están empezando a parecerse, cada vez más, a los centros comerciales. El Museo Metropolitano de Nueva York, alberga en versión reducida el equivalente a unos grandes almacenes, y cuenta con más de una docena de sucursales en centros comerciales en las que venden libros y productos del museo. El Museo del Louvre en París, además de sus tiendas, cuenta con un centro comercial subterráneo, que entre otras cosas se pueden adquirir marcas de lujo como Chanel e Yves Saint- Laurent. Margaret Crawford describe la Galería Nacional de Washington de la siguiente manera:

“La sociedad del espectáculo ha hecho de los museos lugares emblemáticos tanto por su arquitectura como por su contenido [...] ahora no sólo se pueden visitar las colecciones permanentes, sino exposiciones que atraen a grandes públicos, todo tipo de actividades en torno a ellas (desde fiestas, conciertos y ciclos de cine hasta foros de debate y talleres con niños) servicios (tiendas, librerías, restaurantes) y, páginas web cada vez más desarrolladas”. 19

Jarque, F. y Zabalbeascoa, A. (2004: 5 y 6)

Casi todos los museos cuentan con sus boutiques que, en algunos casos, facturan más que muchos otros locales comerciales. Se trata de unos espacios especialmente pensados y diseñados para aplicar las más novedosas técnicas del marketing al objeto de justificar la propia “viabilidad” económica de la existencia del museo. El museo of Fine Arts de Boston recaudó 8,3 millones de dólares en la venta de camisetas, sudaderas, calendarios, cuadernos y otros objetos en la exposición monográfica de Renoir.

Los museos han dejado de tener la función para la que se crearon (guardar y presentar el arte a los intelectuales) para convertirse en un lugar de consumo de muchedumbres. Las largas colas de los museos significan que se está consumiendo una cultura extendida y superficial y no una cultura profunda (fig. 108). Los resultados se miden por el número de visitantes y por los dineros recaudados. Siempre, en todo caso, el rendimiento se rige por un criterio cuantitativo y no cualitativo como siempre se ha medido la cultura.

El museo del Prado de Madrid, preparó una exposición de Renoir “pasión por Renoir o otra sobre el maestro Rubens, durante el año 2010. La respuesta de los ciudadanos fue contundente, como puede apreciarse por las largas colas que se formaron para poder ver ambas exposiciones. Para ser rentable en términos económicos, un museo o cualquier otro centro de cultura, debe alejarse de la concepción tradicional de dirigirse con profundidad y trascendencia a cualquier fenómeno cultural. Debe rebajar los contenidos o, al menos, la presentación de los mismos debe hacerse a la medida del mínimo común denominador del consumidor, es decir, que cualquiera que quiera pueda consumirlo, sin atender a sus niveles formativos o culturales. Lo importante es que saque su ticket, de una vuelta por sus salas y galerías y al salir, lo haga tan encantado, que compre un recuerdo en la boutique, recuerdo que además le permita demostrar a quienes le rodean, que ha consumido arte y que por tanto, deben de verle como una persona interesada y con sensibilidades culturales propias de determinados grupos sociales y no de otros.

El arte y la cultura se convierten en una experiencia diferencial y, como tal, deseable; ideal para ser combinada con la oferta turística donde el ciudadano hace lo que habitualmente no puede o quiere hacer.

Este mismo fenómeno se reproduce con el cine, el teatro, el circo y la literatura, es la cultura del entretenimiento para ser consumida cada día por más consumidores deseosos de pertenecer a los círculos “cultos” de la sociedad.

Aquí se produce una unión entre cultura y ocio, o de lo que ya viene denominándose “ocio cultural”, así surgen las “noches blancas” o “noches de luna llena”, las recreaciones de hechos históricos, los mercados medievales, barrocos o renacentistas, o la reactivación de transportes propios de otras épocas.

Conclusiones

Después del estudio que hemos llevado a cabo del consumo cultural y su relación con las ciudades en este inicio del siglo xxi podemos concluir que la cultura se convierte en un elemento propio del consumo y como tal trata de llegar al mayor número posible de ciudadanos. Las ciudades ven en el ocio cultural y en el consumo de cultura una herramienta de proyección de sí mismas al exterior, un atributo configurador de imagen pública, de proyecto ciudadano creativo, crítico y participativo. En definitiva, la cultura se convierte en el motor de desarrollo económico, creativo y social de la ciudad y de sus ciudadanos. Los proyectos culturales que desarrollan, cada vez con mayor frecuencia, las diferentes ciudades de las sociedades modernas suponen un esfuerzo a largo plazo de configurar una identidad propia y diferenciada del resto de ciudades que convierta a la urbe en un espacio de

progreso y desarrollo creativo, económico y cultural. En este sentido, el consumo cultural permite convertir la ciudad en un escenario vivo y permanente de cultura dispuesta para ser disfrutada y consumida por un cuerpo social que retroalimenta el sistema de consumo con su vivencia cultural.

Referencias

- Adela Cortina (2002) *Por una Ética del Consumo*. Taurus. Madrid.
- Alonso, L.E. (2005) *La era del consumo*. Editorial S.XXI. Madrid.
- Bonet, Ll., Castañer, X. y Font, J. (2009) *Gestión de proyectos culturales*. Editorial Ariel. Barcelona.
- Cameron, D. (1972) "The Museum a Temple or the Forum", en *Cuntor*. Vol. 14. N° 1
- Castellanos Pineda, P. (2008) *Los museos de ciencias y el consumo cultural. Una mirada desde la comunicación*. Editorial UOC. Barcelona.
- Cinquegrana, R. (2000) "Un negocio de lujo". *Revista*
- Colbert, F. y Cuadrado, M. (2009) *Marketing de las artes y la cultura*. Editorial Ariel. Barcelona.
- Contreras, F.R. (2001). "Poder, Cambio tecnológico y comunicación" en *Comunicación, Globalización y Democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*. Sierra Caballero, F. y Quirós Fernández, F. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Capítulo II. Sevilla.
- Cuadrado, M. y Berenguer, G. (2002) *El consumo de servicios culturales*. Esic editorial. Madrid.
- Curran, J., Morley, D. y Walkerdine, V. (1998) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Paidós Ibérica. Barcelona.
- de lujo". *Tendencias en la Empresa*. N° 28. Madrid.
- García Cauchini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales y globalización*. Editorial Grijalbo. Buenos Aires.
- Jarque, F. y Zabalbeascoa, A. (2009) "Templos del arte y del ocio", en *extra Babelia*. El País 11-07-2009.
- Jean Baudrillard (1974) *La sociedad de consumo*. Plaza y Janés. Barcelona.
- Lopez, I. (2000) *Cultura y ciudad*. Ediciones Trea Gijón.
- MAGAZINE. 26-03-2000.
- Nueno, J. L. (2009) "El Marketing de masas de productos
- Ritzer, G. (2000) *El encanto de un mundo desencantado. La revolución de los medios de consumo*. Ariel. S. Económica. Barcelona.
- Rodrigo Martín, L. (2006) "El teatro de la marca: Del argumento racional a la experiencia de la marca". *Publicidad: Revista de culturas publicitarias*. N° 9. Ed. Colegio Universitario de Segovia.
- Sunkel, G. (Coord) (2006) *El consumo cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello. Bogotá.
- Taylor, Ch. (2006) *Imaginario social moderno*. Paidós Básica. Barcelona.
- Vedú, V. (2005). *Yo y tú, Objetos de lujo. El personismo: la primera revolución cultural del S. XXI*. Editorial Debate. Barcelona.

NUEVOS CINES, NUEVOS ESPACIOS

Beli Martínez Martínez

Profesora Asociada

Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación. Universidade de Vigo

Tfn: + 34 986801999 Email: isabelmartinez@uvigo.es

Resumen

La producción audiovisual independiente ha asistido en los últimos años a la denominada revolución digital que ha provocado una serie de transformaciones que afectan tanto al proceso de rodaje como a la exhibición y distribución audiovisual. La digitalización ha facilitado la creación de nuevas propuestas audiovisuales al margen de la industria, ya que con escasos medios (una cámara y un ordenador) cualquiera puede realizar una película. Además de la proliferación de propuestas, de corte más personal y experimental, la mencionada revolución ha provocado la desaparición de salas de exhibición debido al surgimiento de otras formas de consumo que tienen a la red como protagonista. Todo

ello hace que estos creadores tengan que buscar nuevos canales de distribución y exhibición cinematográfica; de este modo, hemos visto como el museo y otros espacios expositivos, se han ido transformado y se han convertido en centros receptores de este tipo de obras, que no tienen cabida en los canales establecidos o mainstream.

Además de analizar este nuevo escenario, esta comunicación plantea una reflexión acerca de la relación entre el cine y estos nuevos espacios expositivos, teniendo en cuenta diferentes casos y observa asimismo cómo estos nuevos marcos públicos influyen en el contenido, la estructura y la recepción de las creaciones audiovisuales.

Palabras clave

cine expandido, nuevos espacios expositivos, mutaciones del cine, sala cinematográfica, exhibición audiovisual, museo

Abstract

The so-called digital revolution which independent audiovisual production has undergone these last years has prompted a series of transformations in the filming process and in audiovisual distribution and exhibition. This digitalization has facilitated the creation of new audiovisual proposals at the margins of the industry, as now, with limited means (a camera and a computer), anybody can make a film. Along with the proliferation of projects of a more personal and experimental nature, the aforementioned revolution has caused the disappearance of movie theaters due to the emergence of other forms of consumption in which the Internet

plays a central role. All this means that these artists have to seek new channels of film distribution and exhibition; thus, we have seen how the museum and other exhibition spaces have been transformed to become receiving centers of this type of works which don't have a place in established or mainstream channels. In addition to analyzing this new scenario, this paper puts forth a reflection regarding the relation between cinema and these new exhibition spaces taking into account different cases and also discusses how these different public settings influence the content, structure and reception of audio-visual creations.

Key words

Expanded cinema, new exhibition spaces, mutations of cinema, movie theater, audiovisual exhibition, museum

Introducción

A lo largo de los últimos años, hemos asistido a la desaparición de un gran número de salas cinematográficas. Las que han logrado resistir se localizan, principalmente, en grandes áreas comerciales, su programación se limita a exhibir aquellas obras clasificadas como mainstream. Las salas especializadas en cine de autor en España se han visto reducidas de forma alarmante, lo que ha tenido diferentes consecuencias: desde la perspectiva del público, es imposible acceder a aquellas obras con una narrativa menos convencional o más personal, ya que la mayor parte de las salas de cine independiente, están localizadas en los grandes núcleos urbanos. Desde la perspectiva del creador y del productor de contenidos audiovisuales, la posibilidad de difundir y distribuir su obra a través de estas salas se ha complicado, por lo que deberá optar por fórmulas alternativas a la sala de exhibición cinematográfica. Una de las opciones pasa por la presencia en nuevos espacios de exhibición cinematográfica como son los museos y galerías o los festivales y muestras especializados en este tipo de cine.

Objetivos

La presente comunicación pretende, por un lado, realizar un breve análisis del papel que ha asumido la institución museística a la hora de acoger obras cinematográficas y exhibirlas como una obra de arte más. A su vez, también pretende reflexionar sobre la adaptación de la obra audiovisual a este nuevo espacio.

Metodología

El análisis de diferentes acontecimientos celebrados a lo largo de los últimos años en los que el cine era el principal protagonista; un cine alejado de lo que en principio es su contexto natural: la sala de exhibición cinematográfica. La participación en actividades de comisariado y organización de diferentes muestras cinematográficas en espacios museísticos y la producción de obras que tienen que optar por canales alternativos de distribución y exhibición, han facilitado la escritura del presente artículo.

1. Una nueva forma de pensar el cine

No cabe duda, que la transformación que ha vivido el audiovisual a lo largo de los últimos años, hace que estemos viviendo uno de los momentos más importantes en la breve historia del cine o del audiovisual, no sólo a niveles productivos, sino también a niveles reflexivos ya que asistimos a un debate abierto en diferentes niveles, retomando el debate baziniano de qué es el cine, de sus dispositivos o también de sus formas y hábitos de recepción, mostrando unos nuevos puntos de vista sobre la producción y recepción de estos productos que están clausurando caminos obsoletos e indican la trayectoria de nuevas vías por las que transitar en el futuro.

Nos encontramos contemplando una sucesión de transformaciones del cine que historiadores del como Raymond Bellour o Jonathan Rosebaum llaman mutaciones. Estas evoluciones del audiovisual en tan poco tiempo marcaron el definir la imagen en movimiento de la actualidad una vez superada la idea del poscine. Muchos cineastas y teóricos quisieron ver en esta nueva etapa la muerte del cine, anunciada por muchos unas décadas antes, pero que a diferencia de lo que sucedía en estos momentos, la transformación era lo suficientemente grande como para pensar en que esa alegoría fuera una realidad ya que se desarticulaba todo el sistema de correspondencias con las que se sustentó el cine a lo largo del siglo XX. Quizás es excesivamente exagerado decir que estamos en la muerte del cine clásico, entendido como modelo de distribución y producción audiovisual marcada enormemente por la aparición de nuevos sistemas tanto de rodaje como de distribución y exhibición. La tecnología permitió abaratar costes y reducir el tiempo de los procesos por lo que concedió más tiempo a los creadores a experimentar y a pensar la imagen. Por lo tanto, no estamos ante la muerte del cine pero sí ante la muerte de una manera de pensar el cine.

Existe pues, un extraño paralelismo entre la situación del cine en la actualidad y el grado de efervescencia ontológica de la que da muestras en los últimos años esta manifestación artística. La historiografía académica del cine no da abasto a intentar sistematizar los últimos movimientos por los que se precipita¹. Tal y como recoge Rosenbaum (2011) “Salvo algunas notables excepciones (Jean Mitry, Noël Burch...), hasta ahora la historia del cine se ha escrito, sobre todo, desde el punto de vista de la industria. Esto no significa que haya que negar el cine de la industria (...) Al contrario, una de las características de la generación experimental, sin dogmas, es que conoce perfectamente su situación respecto a la producción, sabe cómo ver y analizar cualquier película”.

2. Nuevos escenarios de exhibición

A lo largo de los últimos años hemos asistido a la conversión de las salas cinematográficas: los grandes cines han desaparecido dejando paso a la instalación, en gran parte de ellos, de grandes almacenes de ropa, las salas de los pueblos han tenido que cerrar debido a la disminución de espectadores y a que no han sido capaces de adaptarse a las nuevas tecnologías en la exhibición cinematográfica (3D, nuevos sistemas de mejora de percepción sonora, mejoras en el sistema de proyección, etc). Aquellos que han resistido el auge de las nuevas tecnologías y se han adaptado a los nuevos hábitos de consumo, el tamaño de sus salas se ha visto mermado optando por la versión multisala (debido a la proliferación de este tipo de sala, el descenso en el número de pantallas en no se ha visto reducido, sino que ha aumentado en el 2010 respecto del 200 tal y como figura en la Tabla 1), en su mayoría están situados en grandes áreas comerciales y su programación se centra exclusivamente en títulos comerciales distribuidos por las grandes empresas norteamericanas.

Tabla 1 Evolución del mercado cinematográfico. 2000-2010 ICAA

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nº Cines	1.298	1.254	1.223	1.194	1.126	1.052	936	907	868	851	860
Nº Salas	3.500	3.770	4.039	4.253	4.390	4.401	4.299	4.296	4.140	4.082	4.080
Películas exhibidas	1.718	1.831	1.877	1.916	1.795	1.730	1.748	1.776	1.652	1.481	1.555

¹ “La historia del cine es un instrumento académico potente (...) pero se aparta con inquietud ante el turmix audiovisual y las nuevas tecnologías”. Rodríguez (2008).

El control ejercido por las grandes distribuidoras que, en numerosas ocasiones, son las propietarias de las salas de exhibición, provoca que el acceso a cualquiera de estas salas para proyectar una película de autor sea una tarea casi imposible. En España sigue habiendo algún cine especializado en este tipo de cine alejado de la corriente mainstream, sin embargo, su número es muy reducido y localizado en las grandes urbes como Madrid o Barcelona. Suelen ser, en su mayoría, cines que han sobrevivido gracias a esa especialización y que se han adaptado a las nuevas tecnologías.

Tal y como afirma Berta Sichel, “el grueso de los mejores filmes contemporáneos se siguen proyectando fuera de los mercados tradicionales del cine comercial. Los canales de distribución representados por estas salas alternativas todavía operan dentro de un universo paralelo a los circuitos habituales de su distribución cinematográfica”.

Ante esta imposibilidad de llegar a la sala de exhibición cinematográfica, este tipo de filmes que aportan una mirada personal tiene que buscar fórmulas diferentes para poder llegar a su público. Evidentemente, el festival de cine y la muestra se perfilan como uno de los ejes principales de exhibición y de acercamiento al público. El circuito de festivales ha aumentado en los últimos años, apareciendo propuestas de lo más variado y especializadas en diferentes temáticas o formatos como puede ser el Festival Internacional Punto de Vista, festival Internacional de documental de Navarra que a lo largo de los últimos años se ha ido consolidando como un festival de referencia en el cine de no ficción y que tal y como declaran en su presentación, presta especial atención a aquellos creadores audiovisuales que hacen de su obra una propuesta arriesgada y de búsqueda, o el LOOP de Barcelona, especializado en la videocreación que ha sabido adaptarse a las transformaciones que se han dado en el terreno del arte y del vídeo experimental y que se ha consagrado como un festival de referencia en la videocreación, o los centrados en una determinada temática tal y como puede ser el LesGaiCineMad celebrado en Madrid.

El aumento y la diversidad de propuestas de festivales hace que cualquier producción pueda encontrar su hueco y un sitio donde acercarse a un público receptivo hacia ese tipo de propuestas audiovisuales. A pesar de esto, es necesario buscar nuevas fórmulas y espacios donde mostrar estas obras que no tienen sitio en la sala de exhibición cinematográfica para la que, en un principio, fue creada. Darke lo muestra de una forma clarificadora “El crítico que busque el cine del futuro no le bastará con ir al cine” (2000). En este sentido, los museos han pasado a ser uno de los principales centros de exhibición de estas obras que quedan relegadas a las salas de museos, a cursos y ciclos debido a la falta de interés por parte de los circuitos comerciales para programar este tipo de producto audiovisual debido, a los públicos marginales que registran. De este modo, la mayor parte de los museos nacionales, han introducido a lo largo de los últimos años ciclos y retrospectivas.

Un claro ejemplo, lo podemos encontrar si hacemos un seguimiento de la programación del Museo Reina Sofía, uno de los principales centros artísticos de España. Este centro, cuenta en su programación un apartado dedicado al audiovisual creando una programación que refleja la pluralidad temática y diferentes enfoques en los campos de la creación videográfica y cinematográfica de vanguardia. Tal y como recoge su página web el objetivo es “atraer un público amplio y variado, dando a conocer obras de vídeo y cine experimental o de autor, el Museo apuesta por el cruce entre las producciones de jóvenes creadores y las de artistas de reconocida importancia en el panorama audiovisual actual, dentro de una programación gratuita al margen de los circuitos comerciales.

En concreto, los ciclos y programas presentados al público siguen dos líneas generales de exhibición centradas en:

- Muestra de las principales corrientes audiovisuales contemporáneas.

- Retrospectivas sobre autores y movimientos claves para la comprensión y difusión de la historia del cine experimental y la videocreación.”

Dentro de esta programación podemos observar como a lo largo de los últimos años han logrado acoger a través de diferentes muestras y ciclos, a gran parte de la producción independiente tanto actual como pasada a nivel nacional e internacional.

Además de estos ciclos, el propio centro, ha dedicado parte de sus exposiciones a creadores audiovisuales, revitalizando y poniendo en valor obras que hasta el momento habían pasado desapercibidas para el gran público, valga como ejemplo, la exhibición dedicada a Val del Omar que el centro acogió de octubre a febrero de 2011.

Aumont señala de forma clarificadora la capacidad que tiene cualquier cosa o evento para terminar en el museo y, de esta forma, ser aceptado por la cultura como obra de arte (2011) “El museo y, más en general la institución (de la que el museo sólo es su parte de difusión pública, pero que incluye el mercado del arte, la crítica y también en parte las industrias culturales), ha extendido y extiende cada vez más la lista de los masificable o más exactamente de lo que la institución puede reconocer y reivindicar como arte”.

Esta proliferación del cine en los museos, se da en todos los géneros, sin embargo, las propuestas más cercanas al documental contemporáneo o lo que algunos autores han denominado como cine de no-ficción por alejarse de la concepción clásica de este género, ha visto favorecida su distribución y visibilización a través de la programación en estos espacios; tal y como señala Antonio Weinrichter (2003) “ha sido el museo (y la filmoteca, el museo del cine) quien tradicionalmente, en cumplimiento de sus funciones de conservación y desde su (antigua) postura de reticencia ante el cine espectáculo, ha solido albergar al documental, en virtud de su condición de no industrial y no comercial. Pero las nuevas formas del cine de no-ficción no encuentran cabida en la televisión, porque no se corresponden con la categoría reportaje, mientras que sólo si tienen un carácter polémico o social que las redima, son acogidas en las salas de exhibición cinematográfica. Es así como el documental moderno regresa al museo, muchas de las formas actuales de la no-ficción simplemente no encajan dentro de las categorías vigentes para la gran y pequeña pantalla, y acaban siendo expulsadas de la institución, tras un primer paseo por (ciertos) festivales de cine”.

Además de esta actividad como centros de exhibición de obras alejadas de intereses comerciales, en los últimos años los propios museos se han convertido en auténticos productores de obras de carácter marcado experimental. A pesar de que, hasta la fecha, las obras producidas por los museos son escasas, se aprecia una tendencia creciente a favorecer la creación por parte de estos artistas. Uno de los casos más paradigmáticos y que ha dado lugar a un aumento de este tipo de producción ha sido la creación de las Correspondencias entre Abbas Kiarostami y Víctor Erice, obra impulsada por la Casa Encendida en 1996, que tiene como objetivo el intercambio de ideas filmadas entre dos cineastas, donde se plantean afinidades y diferencias, el respeto mutuo y la simultaneidad de sus intereses y que en el año 2011, se retomó por parte de Jordi Balló y Alain Bergala para comisariar otro ciclo de correspondencias entre directores como Isaki Lacuesta y Naomi Kawase, Albert Serra y Lisandro Alonso o JoséLuis Guerín y Jonas Mekas.

Llegados a este punto, en el que el museo pasa de ser un centro de exhibición de obras a convertirse en un auténtico productor, parece interesante recordar a Godard que realiza, en numerosas ocasiones, una distinción entre lo que es arte y cultura “La cultura, para mí, es la regla, y el arte es la excepción. La cultura es la difusión, el arte la producción. Yo he sido siempre perfectamente producido, o amigablemente, pero he sido difundido cada vez

con condescendencia por no decir con animosidad o negligencia. Estos fenómenos de producción y de difusión son importantes. Para tomar una metáfora, la Novena Sinfonía es arte, la Novena dirigida por Karajan tiene quizá algo de artístico, pero la Novena difundida por Philips o Sony Pictures es cultura”.

2.1. La concepción de la obra cinematográfica ante este nuevo escenario

Berta Sichel lo aclara de forma ejemplar (2000) “Desde mediados de la década de los noventa, el cine y el vídeo documental hicieron su hogar de museos, centros culturales y universidades capaces de acomodar el trabajo de artistas y cineastas (...) para trasladarse a estos lugares de exposición no tradicionales, el artista o el cineasta estaba obligado a vérselas con formas de arte tradicionales, lo cual generaba un conflicto entre el poder dominante, representado por la imagen estática, y la fuerza combativa de la imagen en movimiento.

La emigración del cine al espacio museístico, ha abierto nuevas posibilidades creativas a la hora de concebir el hecho cinematográfico. En numerosas ocasiones, esta transposición de espacios no implica que tenga consecuencias en la propia obra pero sí en su recepción. Tal y como señalaba Gene Youngblood al percibir las posibilidades que se abrían para el cine con el surgimiento de las nuevas tecnologías y su capacidad para capturar sensorialmente al público generando estados expandidos de conciencia, o lo que es lo mismo, provocando experiencias de carácter sinestético.

Estas nuevas posibilidades son innumerables, llegando a poder afirmar que surge una nueva forma de concebir el cine o, tal y como apunta el teórico Dominique Païni, “No se trata de exponer la obra cinematográfica como obra de arte. La exposición del cine no es la exposición de películas; exponer el cine es exponer los efectos del cine”.

Estos efectos que producen en el espectador se tendrán en cuenta a la hora de concebir la obra cinematográfica en los espacios expositivos. El espectador pasa a tomar un papel protagonista, alejándose de la postura inmóvil que adopta en la sala cinematográfica para optar por una actitud activa, en la que es él el que decide cuando entra o cuando abandona la proyección, o si quiere recorrerla tal y como sucede en el cine de instalación en el que un autor propone un recorrido a través de su obra pero es el espectador el que le otorga un sentido y un recorrido de la misma personal y autónomo, por consiguiente, pasamos de una experiencia colectiva en la sala cinematográfica a una personal en el museo.

El propio espacio, es otro de los elementos que además de definir un tipo de actividad también definirá la forma en la que mostrar una obra. Pasamos de la uniformidad de la sala, a un gran abanico de posibilidades donde el autor tendrá que tomar diferentes decisiones como puede ser la mera proyección en una sala oscura o la transformación de la obra primigenia adaptándose al espacio expositivo llegando a crear una nueva obra audiovisual más cercana a la escultura o a la pintura a través de la videoinstalación que al cine al romper los límites de la pantalla e incluso en alguna ocasión ayudado por las nuevas tecnologías al romper el límite de la sala y del espacio, acercándose a nuevas prácticas artísticas como el net art que se desarrolla en un espacio virtual como es la red .

Conclusiones

En este artículo hemos analizado las relaciones que tiene el cine de autor con el sistema de distribución y exhibición comercial. En plena transformación de la concepción de lo cinematográfico, y ante un panorama que está en plena transformación con la aparición de la tecnología digital que afecta a las diferentes fases de una producción audiovisual, simplificando enormemente las operaciones de rodaje, montaje, etc, la proliferación de nuevos espacios donde mostrar su trabajo, el desarrollo de la red y la apertura de nuevos canales de difusión da paso a una nueva era en la que las nuevas tecnologías facilitan tanto el acceso a una cantidad de materiales inabarcable para cualquiera y que, a su vez, permite a un creador poder mostrar su trabajo a un público deslocalizado geográficamente y variado. Es lo que Jonathan Rosenbaum denomina *edad giratoria* (Rosenbaum 2011) “¿Qué significa esto? Para mí, en concreto, significa que estoy descubriendo cada semana películas nuevas, autores nuevos, prácticas nuevas, nuevos lugares de proyección. Y, de forma más amplia, en términos de *Zeitgeist*, significa que aquí todos están experimentando la sensación de estar inmersos en una atmósfera exuberante, efervescente, intensa”.

El museo, a su vez, se ha desvelado como un centro de referencia para poder acceder a aquellas obras que no tienen cabida en la sala comercial y que accede a su espacio, elevando la materia cinematográfica al status de obra artística al entrar en su institución; además de demostrar un interés creciente de la institución hacia el cine que a pesar de que ya venga de lejos a través de la unión del cine con el arte mediante el cine experimental, en los últimos años, ha ampliado sus intereses y se ha interesado por obras inscritas en tradiciones menos formalistas como el documental.

Referencias

- Aumont, J. (2011). *Estética hoy*. Madrid: Cátedra Signo e Imagen
- Darke, C. (2000). *Light readings*. Film Criticism and screen Arts, Londres: Wallflowers
- Delorme S. (2003). *Exposer Cocteau, cinématographiquement* Entretien avec Dominique Paini. *Cahiers du cinema*, 582, pp.60-65. Recuperado de <http://www.zinema.com/textos/exponera.htm>
- Godard, J.L. (1995). *J'ai toujours pensé que le cinéma était un instrument de pensée*. *Cahiers du cinema*, 490, pp.70-75.
- Rodríguez, H. (2008.). *Elegías íntimas*. Madrid: 8 ½
- Rosenbaum, J (2011). *Mutaciones del cine contemporáneo*. Madrid: Errata Naturae.
- Sichel, B. (2003). *Postvérité*. Murcia: Centro Párraga
- Weinrichter, A. (2004). *Desvíos de lo real*. Las palmas: Festival Internacional de Cine de las Palmas
- Yongblood, G. (1986). “Since Cinema expanded: Interview with Gene Youngblood” en *Millenium*, nº16/17/18, Nueva York.

CARTOGRAFÍAS PRIVADAS. A PROPÓSITO DE LAS CIUDADES EXPLICADAS POR CALVINO.

Domingo Campillo García

Facultad de Bellas Artes. Universidad de Murcia. Campus de Espinardo. 30100 Murcia +34 868888067. docampi@um.es

Resumen

La cartografía es el arte de trazar mapas geográficos y la ciencia que los estudia. Así, el cartógrafo asume la tarea de construir mediante líneas, símbolos y palabras toda la información geográfica que atesora un mapa, de tal forma que exprese visualmente los conocimientos apprehendidos de las experiencias espaciales.

El mapa se ha instaurado como artefacto aceptado y legitimado en tanto forma de representación de un territorio, siendo asumido universalmente como portador exacto y fiable de la información necesaria para situarse en un espacio y/u orientarse en un desplazamiento a través de ese espacio.

Sin embargo, los términos cartografía y mapa se vienen utilizando, en un extenso sentido, como conceptos que refieren la representación de lo que se sabe: desde la noción entendida como instrumento de representación territorial propiamente dicha, a su utilización metonímica en cuanto a modos de fijar conocimientos no exclusiva y necesariamente geográficos.

Esta comunicación reflexiona acerca del concepto cartografía privada, proponiendo una definición que la sitúa en los límites del entendimiento mediado y normativo, partiendo del relato de Calvino y de sus ciudades invisibles.

Palabras clave

Cartografía privada, mapas, fotografía, ciudades invisibles, representación, imagen dura, imagen blanda.

Abstract

Cartography is the art of drawing maps and the science that studies. Thus, the cartographer has the task of building using lines, symbols and words all the geographic information that holds a map, so that visually expresses apprehension knowledge of spatial experiences.

The map has been established as an artifact accepted and legitimized as a form of representation of a territory, being universally accepted as accurate and reliable carrier of information required to be placed in a space and / or orientation in a movement through that space.

However, the terms mapping and map have been used, in a broad sense, as concepts that refer to the representation of what is known: from the concept understood as an instrument of territorial representation as such, their use as metonymic modes of fix non-exclusive and necessarily knowledge of geography.

This paper reflects on the concept mapping private, proposing a definition that is at the limits of understanding mediated and regulatory framework, based on the story of Calvino and his invisible cities.

Key words

Private cartography, maps, photography, invisible cities, representation, lasts image, soft image.

Introducción

Este texto forma parte de una investigación, aun abierta, cuya premisa principal es la toma en consideración de la incertidumbre como estadio válido para la generación de conocimiento, en contraposición al conocimiento normativo e irrefutable de lo establecido como cierto.

Objetivos

De manera general, conceptualizar puntos/sitios/encrucijadas como referencias necesarias para situarse, en tanto estructuras fundamentales en la construcción de mapas de conocimiento y reconocimiento.

De manera particular, en esta comunicación, aproximar una definición al concepto cartografía privada que la sitúe en el ámbito del término imagen blanda acuñado en el texto, distinguiéndolo de imagen dura también citado.

Metodología

Búsqueda bibliográfica específica, análisis crítico de textos, discusión pública.

1. La entrega de la descripción al otro.

Entregar la descripción de un lugar o los datos precisos de su ubicación a un tercero no queda libre del paso por el tamiz interpretativo del emisor. El intento de desplazar el ánimo desconcertado fruto del sometimiento a la exactitud necesaria para encontrar el lugar común de las descripciones no ofrece un modo de situarse diáfano y consuetudinario, pues la articulación de las palabras o la exposición de imágenes que deben brindar significación al discurso, no queda exenta de las imprecisiones nominales y de las ambigüedades que se inducen en el manejo de los conceptos nombrados por las palabras y de los puntos de vista distintos en cada toma de imagen.

Pero la explicación del carácter o la posición de un lugar ¿es posible realizarla mediante un juego de escalas no cuantitativas mediadas por todos los participantes de esa representación?

La componente emocional (cualitativa) que concurre en la descripción de un lugar pertenece al ámbito de lo borroso, de lo indeterminado, de lo políticamente incorrecto, pues su estimación pasa por satisfacer la descripción de algo que no es evaluable ni cuantificable fácilmente sin que medie una clasificación y, por tanto, una simplificación que resultará extemporánea. Así, lo inmenso, lo bello, lo frío, ... o lo sublime resultan unos predicados que definen al sujeto (el lugar, el sitio, el territorio que se aprehende) pero los límites que pretende dicha acotación lo colocan, paradójicamente, dentro de un indefinición, pues en sí misma esa definición participa de una cualidad vaga en tanto en cuanto el hecho de la experiencia acontecida en ese lugar y que como tal lo conforma pertenece

a una concepción vaga por individual y no compartida. Siguiendo estas consideraciones: es patente y cotidiano que las descripciones publicitarias de un sitio (casa, huerta, o terreno baldío) con un objetivo mercantilista, aún sobreponiéndonos al énfasis descriptivo propio de las estrategias del buen negocio, no sustentan objetivamente las cualidades previstas por el interesado una vez comprobado in situ las características publicitadas, pues si bien las medidas de superficies se adaptan a los acuerdos normalizados y normativos, las apreciaciones cualitativas (luminoso, amplio, encantador, ...) no prefiguran, en principio, un acuerdo común sobre las apreciaciones conjuradas. Esta incómoda, como mínimo, situación no trasciende más allá del consenso necesario entre lo imaginado con la entrega de esa descripción y la conveniencia o no con lo realmente visto y comprobado. No se extiende en demasía una atribución engañosa a la actitud; en todo caso, una desazón en torno a las expectativas intuidas.

Este argumento subyace en *Las ciudades invisibles* (Calvino, 2006), una serie de relatos ficticios contados en unas ficticias conversaciones que Marco Polo mantiene con el emperador Kublai Kan.

En la narración, el soberano encomienda al veneciano un viaje a los confines de su Imperio para visitar los territorios y ciudades remotas que aun no conoce, solicitándole la descripción detallada de todo lo que habían visto sus ojos. De esta manera, al trasladarle Polo toda la información del sitio manifestaba al Kan su existencia, convocando, con la imagen aprehendida por las revelaciones de Marco, su toma de posesión y la formalización de su dominio, invisible hasta entonces, en su establecimiento formal.

En esos viajes, antes de conocer y de saber hablar las lenguas de los habitantes del Imperio, Marco Polo sustraía del lugar visitado objetos que una vez frente al Kan los hacía aparecer como atributos característicos de la ciudad que describía. Como sustantivos de las frases iletradas que configuraban la representación del sitio explicado, esos objetos eran el apoyo material a los gestos y movimientos con los que construía el predicado y la nominación de la ciudad. Sin embargo, para el Gran Kan la interpretación de los signos no satisfacía la correspondencia entre éstos y los lugares descritos, pues no podía discernir con total certidumbre el valor exacto de la representación de Marco Polo: el símbolo aseguraba la denominación y el reconocimiento de la ciudad, pero sesgaba la totalidad de las prácticas comunes de sus habitantes y de sus interferencias, que les daban su razón de ser y su dimensión. Y apunta el narrador: "Pero por manifiesto u oscuro que fuese, todo lo que Marco mostraba tenía el poder de los emblemas, que una vez vistos no se pueden olvidar ni confundir" (Calvino, 2006, p. 37).

Las ciudades que enumera Italo Calvino no existen, son todas inventadas: el escritor implica y hace tomar consciencia de la imposibilidad de reconocerlas en el territorio de lo real. No marca un tiempo, sólo la estructura espacial que delimitan los contornos que dibujan las descripciones de las ciudades. Polo deambula o imagina que deambula buscando ciudades que describir o encontrando ciudades que el Gran Kan se inventa o imagina que inventa: lo que hacía precioso para Kublai -habla el narrador- cada hecho o noticia referidos por su inarticulado informador era el espacio que quedaba en torno, un vacío no colmado con palabras. Las descripciones de ciudades visitadas por Marco Polo tenían esa virtud: que se podía dar vueltas con el pensamiento entre ellas, perderse, detenerse a tomar el fresco, o escapar corriendo. (Calvino, 2006, p.52). La componente metafictiva de la narración trasciende al lector, como lo infiere en Kublai, problematizando la relación entre la ficción y la realidad estimulada por la pérdida del límite del continuo espacio-tiempo. Desde el lector tampoco puede haber impugnación ante la ficción de un relato que configura una relación de ciudades inciertas o ficticias: "lo que dirige el relato no es la voz: es el oído" (Calvino, 2006, p. 145), apunta Marco. Teniendo esto en cuenta, también es innegable que el Kublai Kan conformaba su imperio con las imágenes requeridas a Marco Polo y que este interponía desde su apreciación hasta el entendimiento del emperador: lo que dirige la proyección no es la imagen: es

el ojo, se podría aseverar. El nexo que une a cada una de las ciudades o de los fragmentos de ciudades que visita el viajero imaginario se establece en el Atlas donde figura el mapa del Imperio, en el que se inscriben todas las ciudades que todavía no poseen nombre ni forma.

Los territorios imaginados que describe Calvino no son posibles andarlos con los pies: no existen, aunque sea posible encontrar analogías discretas con cada territorio privado imaginario o pretendidamente real. El mapa del Imperio que conforman las ciudades que denomina y sus caminos no corresponden a ningún documento oficial. Sin embargo, es ineludible una reacción psicósomática inmediata, al mentar el nombre de cada ciudad, que lleva a componer sus accidentes y los vacíos y a descifrar los recorridos que se sustraen al andar por sus descripciones. La búsqueda de estructuras reconocibles que por comparación sirvan para situar la descripción reciente e indominada, propia o ajena, no es ya potencial sino instantánea y desvelada.

Y es que no es fácil encontrar una tabula rasa finita donde inscribir asépticamente la contingencia que aparece delante y se percibe: “buena parte de nuestra imagen mental del mundo deriva de la manera y de las formas a través de las cuales dicho mundo se presenta ante nuestros ojos, también a través de los mapas” (De Diego, 2008, p. 29-30), o en Debord (1976, p. 211): “llegamos a ser lo que vemos”. También, dentro del análisis fotográfico, en Sontag (2007, p. 15): “las fotografías alteran y amplían nuestras nociones de lo que merece la pena mirar y de lo que tenemos derecho a observar”.

¿O sí es posible encontrarla? No es pretencioso afirmar que el negativo fotográfico o, más recientemente, la matriz fotosensible se han constituido en soporte latente dispuesto a atrapar lo que encuadra el mecanismo; una clase de superficie virgen y vacía propensa a recibir y a inscribir toda la información que el objetivo de la cámara focaliza y la pulsión del dedo permite. La imagen fijada entrega, con todo detalle, lo que al ojo se le escapa o no focaliza en el justo tiempo de la visión directa y este hecho permite revisar de nuevo la escena que queda limitada en el espacio del cuadro, en un tiempo posterior, con total fidelidad: esto es lo que es o esto es lo que pasó. Dejando de lado, cuestiones prácticas o técnicas sobre el manejo oportuno de la máquina fotográfica (velocidad de obturación, tiempo de apertura, sensibilidad), es innegable su capacidad para presentar delante del otro (en papel o en pantalla) un motivo en un espacio que apareció antes de su visualización presente y de atribuirle justicia formal o crediticia. Entonces, sustrayendo el inevitable desencuentro de tiempos superpuestos que desordenarían la reflexión, análisis o a la intro-visión más especulativa, lo que proporciona la imagen fotográfica con su potencia descriptiva es tan aprehensible como si allí se hubiera estado presente y se viera. Esta afirmación puede ser discutible desde un ámbito determinado de análisis de lo visual, sin embargo, no se puede apartar de estas reflexiones la legitimidad y el carácter probatorio que se le otorga a la imagen fotográfica en tanto registro de hechos consumados, a pesar de la instrumentación falsaria de la que se ha hecho uso a lo largo de su existencia.

Ciñéndonos a esta declaración sin presentar combate dialéctico ¿acaso existen diferencias entre un relato como el de Calvino y la descripción que se entrega con el álbum de fotografías del viaje último? Probablemente no. En cada relato se extiende el conocimiento del otro, con un texto o con fotografías. Se podría objetar que a diferencia del álbum fotográfico, el primero es inventado e intencionadamente premeditado en el sentido de que busca la máxima concreción de las palabras que dirijan lo que se quiere especificar hacia la conclusión del entendimiento perfecto y el álbum fotográfico refiere sólo a lo que representa. Pero, en ambos, se corre el riesgo de signar inexactamente al referente; los límites del entendimiento no son precisos, o al menos no coincidentes entre ambos interlocutores (inter-videntes) y el resultado no siempre satisface la certitud en los bordes de lo representado.

Sí, las palabras del otro, escritas, pronunciadas o dibujadas, cuando remiten a un estadio pasado, acarrear lo que en un tiempo ocurrió pero no viajan con el tiempo o a la misma vez que el tiempo. Eso no es extrapolable con el simple recuerdo: ¿se puede describir objetivamente el hijo bebé con sólo cerrar los ojos y hacer el esfuerzo mental? ¿O la Paradise Bay del Antártico a pesar de ser un lugar memorable?

El tiempo, no la cronología, no es tácitamente explorable ni retornable. Sin embargo, la fotografía ha establecido el referente y lo traslada; no puede ser de otra manera: hacia delante en el tiempo y desde allí, volvemos a mirarlo, sin haberse movido, ni envejecido.

La fijación de lo contingente mediante la cámara cumple la función técnica de romper la continuidad del flujo de lo aparente, limpiamente, reduciéndola a rigidez estática incautada. Se fotografía para documentar y registrar, para luego recordar.

La idea del relato de Polo parece que, (si seguimos excusando que es inventada), definitivamente no está lejana a nuestro contemporáneo régimen visual de producción de imágenes para saber de o dar a conocer que se sabe de, y bien parece que lo que Marco hace para recordar a cada una de las ciudades es extender las hojas de fotografías de cada ciudad del Imperio a los ojos del Kublai.

Pero en su relato ficticio, Calvino no incluyó cámara fotográfica alguna.

En un punto del relato, Calvino quiso que su Marco Polo describiera al Kublai Kan la ciudad de Zora: ciudad que quien la ha visto una vez no puede olvidarla más, pues tiene la particularidad de que nunca cambia y cualquier punto en el recorrido por sus calles estimula a la memoria a recordar otros itinerarios ya registrados y sabidos. Pero el Polo ficticio no pudo nunca visitarla pues, obligada a permanecer inmóvil e igual a sí misma para ser recordada mejor, Zora se deshizo y desapareció. (Calvino, 2006, pp. 30-31).



Figura 1. D. Campillo, *Paradise Bay, Antártida*, 2005.

2. Las cartografías privadas.

La inclusión del concepto cartografía, en el título principal de esta comunicación, requiere una revisión del término que establezca, desde la definición y su uso, su estatus como artificio que acumula y ordena los conocimientos aprehendidos de un espacio y los presenta como documento informativo honesto y fiable –aquí trascienden características comunes a la fotografía- que debe ayudar a conceptualizar, posteriormente, la calificación de privada en el contexto de este estudio.

Los términos cartografía y mapa se vienen utilizando, en un extenso sentido, como conceptos que refieren la representación de lo que se sabe: desde la noción entendida como instrumento de representación territorial propiamente dicha, a su utilización metonímica en cuanto a modos de fijar conocimientos no exclusiva y necesariamente geográficos.

Según el Diccionario de la Lengua Española, la cartografía es el arte de trazar mapas geográficos y la ciencia que los estudia. El cartógrafo, por tanto, asume la tarea de trazar, por medio de líneas, símbolos y palabras, todo el laberinto señalético que atesora un mapa, de tal forma que exprese visualmente los conocimientos aprehendidos de las experiencias espaciales.

En sus diferentes modelos de representación y tipologías para su uso específico, la ciencia cartográfica es un modo establecido de conocer y clasificar el espacio y, en buena medida, la actividad humana ha estado estrechamente relacionada con esta ciencia a lo largo de su historia. No podría ser de otra forma: como bien desarrolló Careri (2002) en su escrito sobre el andar, la acción de recorrer un territorio es inherente a la propia existencia del ser humano. Esta necesidad de desplazarse implicó organizar los conocimientos adquiridos en las sucesivas incursiones en el espacio desconocido articulando los mecanismos oportunos nemotécnicos para fijar unos puntos reconocibles y los recorridos entre ellos con el propósito de poner orden al caos.

Efectivamente, un mapa es un documento confeccionado con posterioridad a la consecución de un recorrido, en el que se dispone gráficamente el trazado del itinerario consumado con las marcas del lugar de salida y adonde se llegó y expresando los puntos intermedios que le dan sentido de paso y comprobación a la abstracción de la línea dibujada. Es decir, el mapa asume un conocimiento del territorio que implicó una movilización inicial; un desplazamiento que llevó al individuo a recorrer el espacio y a hacer acopio de las cosas que por medio de la experiencia hubo de anotar como memorables, para recordarse y para hacer recordar, como signo de dominio sobre otros o por memorizar el camino en la posibilidad de un regreso.

El mapa se ha instaurado como artefacto aceptado y legitimado en tanto forma de representación de un territorio, siendo asumido universalmente como portador fiable de la información necesaria para situarse en un espacio y/u orientarse en un desplazamiento a través de ese espacio. De hecho, en lo cotidiano y de manera intuitiva y directa, mirar un mapa es ver el territorio que representa su imagen. Sin embargo, es evidente que esa observación implica realizar un ejercicio mental de aproximación o de traslación del dibujo al espacio, puesto que nunca vemos ese espacio desde ese punto de vista tal como se nos presenta en el papel. Y esto es comprobable si intentamos reconstruir, desde la perspectiva que ofrece un vuelo de avión, una línea de costa cualquiera o la carretera que une dos pueblos: de alguna forma, se espera que aparezcan, sobreimpresionados en el cristal de la ventanilla, todos los nombres y todos los colores que diferencian las ciudades, los pueblos, los caminos rurales o las autopistas. Entonces, la información que ofrece un mapa, sin ser especulativa ni deshonesto, obtiene su valor

en tanto concede validez al siguiente trayecto por recorrer, es decir, confiere continuidad al itinerario y estimula a mirar lo que normalmente no se mira cuando se recorre ese territorio.

Diversas corrientes de pensamiento están analizando los cambios paradigmáticos que se están produciendo acerca de la naturaleza visual de las representaciones cartográficas desde unos planteamientos que parten de la consideración del mapa como parte de nuestra cultura visual, subvirtiendo y reflexionando el estatus epistemológico de los mapas. En este sentido, Carla Lois apunta que estas reconsideraciones consisten en pensar los mapas como prácticas, en las que el mapa ya no es un objeto estable y unívoco sino un “emergente” que resulta de una mezcla de prácticas creativas, reflexivas, afectivas y cotidianas, todas ellas afectadas por el conocimiento, la experiencia y la habilidad del individuo para mapear y para aplicar esos mapeos para la comprensión de su mundo (Lois, 2009).

Partiendo de estos argumentos, ¿a qué nos referimos con cartografía privada? Y ante todo, ¿cómo se construye y como se constituye?

El concepto de cartografía privada toma en consideración los mapas de situación que se constituyen individual y solapadamente a los establecidos y publicitados. Unos mapas en los que se anotan las referencias asumidas por cada individuo, propias e indisolubles de la contingencia privada, y que le permiten establecerse y desplazarse como miembro del grupo social que le da cabida. Es decir, este concepto es atribuible a las estrategias que se implementan en las prácticas cotidianas y las relaciones interpersonales, en tanto sistema de posicionamiento en el espacio del individuo y de los lugares que ocupa.

Las cartografías privadas no son un lugar físico, ni un objeto manipulable. No existe un documento físico donde queden inscritos unos conocimientos ni la posición con respecto a los otros que se acumulan, ni los trayectos constituidos para lograrlos que son conocimientos en sí mismo. ¿Acaso se podría preguntar a un sujeto que desembale todos sus archivos y muestre los conocimientos atesorados sobre un soporte material? ¿No tendría que hacer el esfuerzo, en cualquier caso, de intermediar un espacio homótopo, flexible al entendimiento común con el contendiente, pero fundando primero unas coordenadas de origen y situación? Las respuestas sólo se pueden estipular mediante las marcas y las prácticas de establecimiento dejadas ver por el interpelado: por las acciones más que por las razones y eso pertenece ya al ámbito de los nombres y de las fronteras, a la causa final, al procedimiento teleológico. Y ahí deja la potencia por el hecho, es decir, abandona la posibilidad por la consumación.

Una cartografía privada se podría catalogar dentro de la colección de los mapas inmateriales, de los volubles y blandos; del tipo de mapas que se construyen y se reconstruyen sin tener que raspar el trazo del dibujo y cuya delineación de bordes, caminos y ciudades se inscriben a la vez que se descubren. Un tipo de cartografía que no precede a un trayecto objetivo si no es mirando el mapa legitimado en soporte físico, con la vuelta prescrita sobre el mismo camino de ida pero, ahora, observando lo que no permitió la espalda. Estamos hablando de los mapas que consienten la presencia de una posibilidad, es decir, que permiten la inscripción de las acciones que habilitan lo posible, no como una virtud o facultad, sino como acción que produce conocimiento y estimulación para crearlo, en contra de los mapas certificados que sólo reflejan la imposibilidad de tomar otro camino que no sea el que está inscrito dentro de sus bordes. Su construcción, en efecto, reclama el cálculo de las distancias y sus escalas aplicando la lógica multivalente o difusa y revocando la lógica binaria, pero no desde la determinación de un modelo trascendental de verdad, sino auspiciando la exención de ilegitimidad de lo aprehendido desde la incertidumbre de lo posible.

Este planteamiento es más cercano a una estructura rizomática que a la estructura arbórea inherente a la cultura occidental. Como argumentaron Deleuze y Guattari, la estructura árbol persigue la búsqueda de las raíces sobre un tronco unitario que se ramifica siempre sobre él: “El rizoma conecta cualquier punto con otro punto cualquiera, frente al árbol o sus raíces. El árbol como imagen del mundo invoca la lógica binaria y la ramificación dicotómica. [...] El rizoma tiene que ver con el mapa que ha de ser producido, construido, siempre conectable, alterable, con múltiples entradas y salidas, con sus líneas de fuga” (Deleuze y Guattari, 1998, p. 62). En el entramado rizomático no hay escalafón, por tanto, no hay establecimiento poderdante; el conocimiento no se estatifica y los desplazamientos sustituyen al sedentarismo como práctica de aprehensión de lo contingente.

Pero las consecuencias de una disgregación anárquica del saber, aún satisfactoria individualmente, no estimulan a la cohabitación ideal de los intereses comunes, al menos desde la concepción cultural céntrica occidental. Así, las diferentes formas de estructurar los mapas –físicos, políticos, geográficos, de caminos, del saber- y, sobre todo, de divulgarlos y hacerlos consuetudinarios han establecido un corpus cartográfico común de dimensiones enciclopédicas que no sólo no han suspendido la pretensión de lograr un entendimiento único y plural, sino que se han instituido y se han metamorfoseado, paulatina e indeleblemente, desde los primeros dibujos trazados. Una cuestión que no ha errado en sus propósitos de centralización y homogeneización de entendimientos, a pesar de las resistencias y de las voces discordantes que procuraban la emergencia, o el mantenimiento, de un entendimiento local y no subsidiario.

Otorgar el adjetivo privado, -con las connotaciones de significación y propiedad individualista que conlleva- a un concepto que pertenece al campo representacional de lo exacto no permite asegurar un adecuado entendimiento entre los acreedores de la descripción, pues la cuestión divulgativa de hacer entender eso que es privado se disuelve en las múltiples formas de situar el acontecimiento, la escena o la cosa y de situarse ante eso. Y eso no entra dentro de la funcionalidad racional instituida, donde el fin del conocimiento es su utilidad. Un argumento, por otro lado, que se expuso en este mismo escrito cuando se planteaba la extrema dificultad de satisfacer a los requerimientos de rigor y exactitud marcadas por este formato de entrega y demostración de conocimientos, partiendo de unos planteamientos que no sostienen, por principio y convencimiento, a la configuración de un mapa cerrado que valide la consecución de un trayecto cognoscitivo único: la claudicación o el término del camino implica una pretensión inicial de finalidad en una experiencia comunal o pública y la formación de las cartografías privadas no llevan, prioritariamente, un objetivo final o la premisa de la vuelta para contarlos.

Se puede atribuir entonces al mapa geográfico las características de la imagen dura, en tanto representación dogmática, verídica, eficaz y fiable del mundo: el buen mapa es aquel que es preciso, exacto y fiel a los términos que representa y no necesita de explicaciones pues lleva implícitas todas las respuestas. De la misma forma, el mapa privado – ¿se le podría denominar blando?- no presume de exactitud pues adolece de escalas métricas, aunque esto no signifique error de cálculo.

Como ya se analizó, la fotografía tomó parte activa en la intermediación subjetiva de entendimientos. Así, aun manteniendo una actitud condicional y no claudicante en relación con el estatuto de veracidad que ostenta, la fotografía se ha constituido en herramienta primordial para la construcción de mapas visuales de conocimiento, construyendo imaginarios, comunes o individuales, que han devenido en la asunción de configuraciones híbridas entre lo real y lo imaginado por mediación de imágenes.

En este orden de cosas, la imagen fotográfica, al igual que el mapa, extrae y separa de la totalidad aparente una porción, una imagen con bordes que se convierte en emblema. Así, aunque se le haya tratado como el instrumento idóneo de representación icónica por su indudable potencia descriptiva, la fotografía desordena el continuo, lo fragmenta y lo traslada; en este sentido, se trata de un artefacto que transgrede las reglas de la ubicuidad y, por tanto, tiende a desterritorializar al referente. Las fotografías rompen el mundo en pedazos, en partes no continuas, no isotrópicas, es decir, convierte el espacio en lugares distintos no orientados en la misma dirección. La formación de cartografías a partir de imágenes fotográficas no captadas por el observador —en el sentido de espectador— estará entonces carente de emplazamientos por sí misma y difícilmente pueden entregar signos que propicien la orientación dentro del territorio que representan. Evidentemente, esta fragmentación no permite obtener una continuidad espacial; contribuye más bien a la recreación mental de lugares que sólo pueden tener un punto de vista y una organización: la del fotógrafo que las tomó. Es evidente que la visualización de la representación deja su marca visual, el sello del emblema como en las tarjetas postales, que interfiere en la auténtica experiencia de haber estado allí, pero eso carece de importancia si no se presenta la ocasión, (y esto no quiere decir intención) de revisar o comprobar el referente inscrito en la foto.

Hay que resaltar que las cartografías privadas no requieren de imágenes fotográficas para constituirse y, aunque este discurso focalice su análisis en la visión, tampoco es primordial la vista, aunque desde nuestra concepción cultural de toma de referencias este punto es el fundamento prioritario en la construcción de mapas de situación. Abundando es esta coyuntura, Bruce Chatwin cuenta la seducción que le produjo a un maestro de escuela el descubrimiento de la existencia del laberinto de senderos invisibles que discurren por toda Australia: los europeos llaman [al laberinto] “Huellas de Ensueño” o “Trazos de la Canción”; en tanto que los aborígenes los denominan “Pisadas de los Antepasados” o “Camino de la Ley”. Los mitos aborígenes de la Creación hablan de los seres totémicos que deambularon por el continente en el Tiempo del Ensueño, cantando el nombre de todo lo que se le cruzaba por delante —pájaros, animales, rocas, charcas— y dando vida al mundo con su canción (Chatwin, 2007, p. 8). El poder de nombrar, de fijar sobre el terreno los nombres de las cosas innombradas.

Nada distinto a caminar con una cámara fotográfica, que no deja de ser —como se viene sosteniendo— otro modo de situar y de situarse. Como en la deambulación del ser totémico de la historia de Chatwin, el aparato permite tomar fotografías de todo lo que ocurra o discurra delante del objetivo: el poder de parar el movimiento y, así, denominarla con un nombre o con el icono. Pero como se ha dicho, no es necesario tener fotografías de un lugar para que se pueda conformar el mapa de un recorrido y pensar su estructura. En este sentido, Dominique Noguez escribe un pequeño relato, como un diario del viaje, de la visita que realizó a Sevilla durante la Exposición Universal del 92 portando su cámara fotográfica “que debía inmortalizar el viaje” (Noguez, 1993, p. 11). Describe los lugares que fotografió con profusión de detalles; unos lugares mirados lentamente, pues el acto de mirarlos a través del visor de la cámara comprime la atención sobre lo enmarcado por el objetivo y los transmuta en experiencia primordial. Sin embargo, todo este argumento no puede refrendarse con las fotografías que tomó debido a un incorrecto uso del aparato fotográfico. Tal como describe en la introducción: Lo más gracioso, fue mi gesto cuando el tipo de la tienda de fotos, en París, me ha dicho que el rollo había sido mal enganchado y la película había quedado virgen. ¡Ninguna de las treinta y seis fotos habían sido tomadas! Afortunadamente, tengo buena memoria y pude reconstruirlo todo. (Noguez, 1993, p. 94). La presentación del relato —ya en libro— se estructura en treinta y seis capítulos que describen las imágenes “captadas”, ilustrados cada uno de ellos con un espacio enmarcado para la foto pero sin imagen. Pero esto no obvia que se trata de la representación de la escena

pero explicada con palabras, pues acota la descripción al justo tiempo de apretar el disparador: la ausencia de la foto [...] servirá para contar una historia, la historia de esa foto; y parece que este relato entreverado de ficción será una estructura de comunicación más eficaz sin duda que la propia foto porque, sin contra-prueba, nos permitirá darle el espesor mítico que para nosotros tiene (Joly, 2005, p.94).

De nuevo estas reflexiones nos traen la noción imagen blanda a este punto: tanto los lugares nominados por las canciones del aborigen australiano de Chatwin como las imágenes recordadas, que no referenciadas en soporte físico, de los sitios visitados por Noguez, o las propias ciudades de Polo explicadas por Calvino ¿no soportarían también la consideración de cartografías privadas? Pensamos que sí; un hilo, que imaginamos como el de Ariadna, se despliega entre las descripciones —o los cantos— para recorrer de nuevo lo andado; descripciones como llamadas de atención que atesoran la orientación precisa en el orden de camino y que resuelven las dudas de las intersecciones y las respuestas de las preguntas, por que las respuestas adolecen de certidumbre sino dejan las puertas entreabiertas que pre-ocupen el siguiente paso; que procuren una comprobación en la siguiente estancia.

El mundo inanimado —sólo los que no están anclados al suelo tienen la posibilidad de ponerse delante del objetivo— no pasa delante mientras permanecemos estáticos. La aprehensión física del mundo sólo puede lograrse hollando el territorio, con los pasos, andando: toda tentativa de utilización de un medio mecánico traspone, como es sabido, a una permutación de la experiencia espacial en displicencia temporal. El caminante permite con su vuelta, en tanto observador del otro lado —siempre alguien que llega o retorna viene del otro lado— deshacer la indeterminación que suponía no saber lo que había más allá de las lindes familiares, dominadas —y sabidas— y con eso instauró el método, palabra que literalmente significa camino para llegar más allá. El método es el mapa; y el fotógrafo, ahora, es el cartógrafo del proceso de andar el territorio.

Conclusiones

Ha servido para definir el concepto “cartografía privada” en contraposición a la cartografía instituida y pública. Tomando en consideración planteamientos iniciales que desestimaban la eficacia de un conocimiento que no atendiera a la centralidad de lo dogmático, se argumenta y se concreta la existencia y la necesidad de una estructura cognoscitiva que habita paralelamente a las estructuras establecidas. La distinción apuntada de las distintas cartografías ha contribuido a discernir dos formas de apropiación del territorio y de apreciación de lo que se conoce: por un lado, mediante la acción que se resuelve consultando el mapa acreditado y público, y por otro, atendiendo a la configuración que se establece en el hollar del trayecto; el primero desde aserciones externas impuesto y previsible y el segundo contemplando la posibilidad de reconstruir el camino paso a paso, una distinción que nos aproxima a la noción “imagen blanda” en contraposición con la de “imagen dura” antes mencionada.

Referencias

- Chatwin, B. (2007). *Los trazos de la canción*. Barcelona: Península.
- Calvino, I. (2006). *Las ciudades invisibles*. Madrid: Siruela.
- Careri, F. (2002). *El andar como práctica estética*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Debord, G. (1976). *La sociedad del espectáculo*. Madrid: Miguel Castellote.
- De Diego, E. (2008). *Contra el mapa*. Madrid: Siruela.
- Deleuze, G. y Guattari, F. (1998). *Mil mesetas: capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pretextos.
- Joly, M. (2003). *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós.
- Lois, C. (2009). "Imagen cartográfica e imaginarios geográficos: los lugares y las formas de los mapas en nuestra cultura visual". En *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona. Universidad de Barcelona.
- Noguez, D. (1993). *Les trente-six photos que je croyais avoir prises à Seville*. París: Maurice Nadeau.

LAS FORMAS DE CREACIÓN PARTICIPATIVA GENERADORAS DE UNA NUEVA IDENTIDAD

Flora Bacqueline Vidal de Llobatera

Estudiante

Facultad de Letras. Universitat de Girona. Plaza Poeta Marquina 11, 7º 3ª Girona (España)17002. Tlfn: + 34 659849542.

Email: florabv@gmail.com

Resumen

Las ciencias sociales no han ahorrado esfuerzos ni estudios para clasificar los grupos humanos. Hay infinidad de tipologías que, a menudo, se han puesto al servicio de finalidades mercantilísticas, tratando de hacer pasar variables por propiedades. Sin embargo, y dejando de lado cualquier consideración (o prejuicio) ético o moral, no se puede negar su utilidad a la hora de acotar los vínculos entre las instituciones y los ciudadanos, un trabajo que no han asumido las administraciones públicas.

En la actualidad, y en todos los ámbitos, se consideran exitosos todos aquellos proyectos que proporcionan interactividad entre usuarios e instituciones, considerando óptimo ese resultado que certifique beneficios compartidos. El caso es que desde hace ya unos años, las instituciones culturales y los centros de producción artística están inmersos en un proceso de adaptación

a una renovada cultura participativa que está cambiando las relaciones ciudadanas. En todo este proceso las “NTIC” y los medios audiovisuales están jugando un papel determinante.

La participación cultural se basa en la figura del participante, usuario, público o espectador. Este es el nuevo punto central a partir del cual se desarrolla una actividad creativa basada en la co-creatividad. Por otro lado, este medio on line también ha supuesto una inflexión temporal (concepto de open ended) y geográfica en los tradicionales proyectos cerrados.

El procomún es el nuevo patrimonio que genera la participación creativa, la co-creación, y con el que se abren nuevas posibilidades para el ciudadano proactivo y concienciado.

Palabras clave

Cultura participativa, perspectiva de género, procomún, activismo cultural, co-creación, observación participante, creatividad cinematográfica, transmedia.

Abstract

Social sciences have spared no efforts or studies to classify human groups. Nevertheless, there are various types that, following marketing strategies, introduce variables instead of properties when studying different typologies. However, leaving aside any consideration (or prejudice) ethical or moral, can not deny its usefulness when bridging the gap between institutions and citizens, a job that have not made public administrations.

At present, in all areas, are successfully considered all those projects that provide interactivity between users and promoters, certifying shared benefits. For some years, cultural institutions and production centers are involved in a process of adaptation to a renewed

participatory culture that is changing citizen relations. Throughout this process IT's are playing the main role.

Cultural participation is based on the figure of the participant, user, audience or spectator. This is the new focal point from which creative activity takes place based on the co-creativity. On the other hand, the online media has also created a temporary as well as geographic inflection (open ended) in traditional "closed" projects.

Commons is the new wealth generated by the creative participation, co-creation, and open new possibilities for proactive and engaged citizen.

Key words

Participatory culture, Gender, Commons, Cultural engagement, Co-creation, Participant observation, Creativity, Film, transmedia.

Introducción

Los proyectos desarrollados con procesos participativos se están convirtiendo en una poderosa herramienta emocional de cambio social. A principios del siglo XXI, con el inicio de la última revolución de la comunicación digital, se ha abierto todo un mundo de posibilidades para reducir las distancias entre culturas. Las imágenes, los sonidos y las ideas se pueden intercambiar instantáneamente, creando unas culturas híbridas y muy dinámicas. Además, del mismo modo que la sociedad noroccidental ha influenciado la cultura global, las NTIC y los medios audiovisuales han posibilitado que otras culturas también participen de la elaboración de esta nueva identidad aportando otras sensibilidades, tradiciones y estilos expresivos.

En la comunicación que sigue se intenta hacer una presentación de un proyecto transmedia justificado por una necesidad detectada por el mismo grupo que la experimenta. La falta de un paradigma metodológico justifica la necesidad de una investigación para encontrar propuestas que aporten ideas y maneras de desarrollar este tipo de proyectos que cada vez se revelan más útiles; pero que, al mismo tiempo, se están usando sin tener un conocimiento real sobre sus implicaciones y consecuencias. El nuevo paradigma socio-tecnológico-cultural ha permitido el surgimiento de una sociedad-red que ha alterado los recursos, las misiones y los mismos objetivos de los proyectos culturales planteando nuevos retos que exigen nuevas estrategias, siempre complementarias, enriquecedoras y con vocación colaborativa.

Objetivos

Este ejercicio de investigación pretende llegar a ser una muestra de esos nuevos proyectos que están dibujando una realidad difícil de describir y acotar. Por ello, el estudio de este caso quiere ser una aportación en la elaboración de un marco metodológico que aúne el máximo número de posibilidades participativas que se abren, para mostrarlas a esos agentes que, moviéndose en el ámbito de la administración pública y la burocracia, puedan estar perdiendo de vista. Este trabajo va dirigido a esas instituciones tradicionales de difusión del arte, la cultura, el activismo social y la tecnología, así como también a las nuevas organizaciones y modelos con valor emergente que ya tienen asumida la responsabilidad de conocer todo tipo de proyectos.

Metodología

Para poder aproximarse a un fenómeno social “en marcha”, los métodos de investigación y análisis más objetivos, según los casos, pueden revelarse insuficientes y desconcertantes. Además, tal y como postuló Jürgen Habermas, hay que tener muy presente que cualquier análisis de cualquier realidad social conlleva evidentes riesgos reduccionistas y puede obviar algunas características de una realidad social mucho más compleja. A la vez, el hecho de trabajar con un material contemporáneo representa una dificultad añadida, puesto que ni hay referencias claras en tanto en cuanto se posee, siempre, una cantidad de material escaso, parcial y se carece de la distancia temporal, por lo que nunca seguro al cien por ciento de la certeza o perdurabilidad de aquello que se está considerando como variable relevante.

Por ello, en este ejercicio, se ha determinado que la metodología más adecuada para tener una comprensión profunda de unas propuestas con escasos indicadores existentes para su análisis, y que generalmente suelen ser insuficientes o inadecuados, podría ser el estudio de un caso fruto de una observación participante. Si bien un solo ejemplo, obviamente, no tiene porque significar la representación de un fenómeno en su sentido más amplio, sí que resulta más que válido como muestra significativa y útil para la investigación.

El estudio de caso es un método derivado de la investigación etnográfica y que resulta muy útil para el análisis de fenómenos sociales. Se hace una descripción real de un caso o proyecto y a partir de la cual se desarrolla un análisis crítico comparándolo con los otros objetos de estudio. A una escala más práctica, resulta muy útil como sistema de formación activo: se hace una descripción real de una situación ante la cual hay que tomar una decisión y, a partir del análisis se proponen diferentes líneas de actuación, escoger la que parece más oportuna y se diseña un plan realista para llevarlo a cabo. Se trata, básicamente, de aprender de la propia experiencia y de la de los otros.

Esta estructura de estudio de caso se ha aplicado a la experiencia personal en el mismo proyecto objeto de estudio, con una actitud de observación participante. La implicación personal y profesional en el proyecto ha facilitado su asimilación y comprensión profunda a la vez que permitía compartir con él las dificultades de estas nuevas formas de gestión y diseño cultural.

Material recopilado: entrevistas con agentes vinculados, elaboración del dossier del proyecto, conocimiento personal de las creativas audiovisuales iniciadoras del proyecto, encuentros presenciales y virtuales, conocimiento profesional previo sobre el medio de las NTIC y la producción audiovisual. Incluso la implicación emocional en el proyecto ha permitido un proceso de socialización con el proyecto investigado que ha permitido tener una perspectiva más profunda.

1. Introducción al proyecto Zim.doc

Zim.doc es un proyecto transmedia impulsado por dos creadoras audiovisuales asentadas en Barcelona, Alba Sotorra y Rabía Williams, que busca comprender y transmitir de manera innovadora la experiencia vital y creativa de un grupo de mujeres artistas de Zimbabwe. También pretende ser un laboratorio de investigación sobre las nuevas formas de difusión y recepción de la creatividad audiovisual y la sensibilización social.

A partir de la producción resultante de los talleres de creación cinematográfica que se organizaron en Harare en 2009, y en colaboración con el grupo Women Filmmakers of Zimbabwe, surgió la idea de continuar el proceso de investigación de nuevos formatos tanto creativos como de difusión para lograr el máximo nivel posible de complicidad entre el espectador y la creadora.

2. Objetivos del proyecto Zim.doc

En líneas generales, Zim.doc se ha propuesto, por un lado, mostrar la complejidad y procurar una comprensión profunda del Zimbabwe contemporáneo desde la perspectiva de género; Posibilitar el intercambio social y creativo entre mujeres artistas de todas partes mostrando una especial atención sobre aquellas con dificultades añadidas; Posibilitar el acceso y la normalización del uso de las NTIC y las redes sociales por parte de la población femenina de forma que contribuya a disminuir la brecha digital que existe entre mujeres y hombres; Contribuir a una nueva manera de difundir y consumir la cultura elaborada por mujeres y a través de las NTIC y los social media; Dar visibilidad a la creatividad femenina africana por todas partes. El proyecto fomenta la participación y la visibilidad de las mujeres en el sector audiovisual –tanto a nivel nacional como internacionalmente- ofreciendo una altavoz (y una cámara) a través de medios artísticos y creativos y promoviendo una mejor comprensión de la identidad y la dignidad de estas (y la otros grupos con exclusión social). Además, también se propone facilitar el camino a otras iniciativas que intentan desarrollar sistemas de apoyo y financiación colaborativa de manera alternativa al clásico sistema de las O.N.G.'s.

Zim.doc pretende facilitar conocimientos y herramientas tecnológicas y audiovisuales para así dar voz (y pantallas) a las mujeres zimbabwenses mediante la creatividad y las posibilidades que se han abierto con las NTIC y los social media. Con el trabajo posterior también se confía dar visibilidad a la actividad artística y activista de la comunidad femenina de aquel país. Aun así, Zimbabwe representa, en realidad, el punto de partida de Zim.doc, puesto que A.C.A. pretende aprovechar el impulso puedan proporcionar las presentaciones en los circuitos de interés para desarrollar un proyecto transmedia posterior que construya puentes entre mujeres creadoras de todo el mundo.

En suma, Zim.doc pretende superar una doble dificultad para la producción artística femenina: la visibilidad y el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y a los medios multimedia con finalidades activistas y artísticas.

3. Argumentos

3.1. Cultura, red y desarrollo. Las mujeres y la brecha digital

La finalidad de este proyecto está guiada por la sensibilización hacia la situación de la mujer en Zimbabwe y en el África Subsahariana. Además, la perspectiva de género permite obtener un conocimiento en profundidad de unos países donde una mujer (y artista) tiene grandes dificultades para salir de la situación de triple discriminación que sufre: como mujer, como artista y como ciudadana de un país inmerso, además, en los problemas estructurales y coyunturales de los países africanos.

Pueden encontrarse multitud de argumentos de tipo sociológico, conceptos y situaciones que justifican este tipo de intervenciones. Los procesos de desarrollo no están únicamente ligados a factores económicos y sociales. Son, fundamentalmente, una cuestión de desarrollo humano y, al mismo tiempo, de valores históricos, de comprensión y de procesos de interacción social. Es por estas razones, entre otras, que la cultura representa un elemento clave en la solidaridad y la reivindicación social. De hecho, la igualdad y la influencia de las mujeres como derechos fundamentales también se encuentran en el núcleo del desarrollo y en los retos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas. A pesar de los progresos, seis de cada diez personas más pobres de los mundo son mujeres y niñas, menos del 16% de los parlamentarios mundiales son mujeres; las niñas que abandonan la escolarización representan dos tercios de la población en edad escolar; y, junto con las adultas, son la población más expuesta a la violencia tanto en las situaciones de conflictos armados como al mismo nivel doméstico.

Por otro lado, la brecha digital aparece y se agudiza cuando se combinan variables de género y de clase tales como: el analfabetismo, puesto que para acceder en la red hay que saber leer y escribir; la capacitación en informática básica y el dominio del inglés; los recursos económicos para pagar el acceso; los contenidos de utilidad por las mujeres; la inserción de mujeres en los ámbitos de desarrollo de la ciencia y la tecnología. También hay que destacar el hecho de que la brecha digital existente entre mujeres y hombres no se reduce al acceso en la red sino en el mismo control de formas y contenidos.

Es una realidad palpable que la Web está llena de estereotipos sexistas (y racistas) que desprecian cualquier tipo de código deontológico publicitario. Tal y como subrayan Leonor Graciela y Karen Brunet Schuch, “Los mitos sobre la cibercultura tales como la horizontalidad, el libre acceso y la democratización que llegarían con las primeras experiencias en el ciberespacio y la digitalización de la cultura, dieron la espalda a las lecciones de la historia: las relaciones de poder no son externas al desarrollo tecnológico, que involucra a la economía, pero también al género, a la clase social, a la raza, la generación, y produce complejas desigualdades en la dinámica del acceso y uso de las TIC’s entre hombres, mujeres, blancos, negros, pobres, ricos. La posibilidad de globalizar la información que ofrecen las TIC’s permitiendo difusión a costes mínimos, junto a la filosofía del funcionamiento en red, colaborativo, y la “inteligencia colectiva”, propiciaría, en tesis, un ambiente más favorable al desarrollo de la igualdad y de las oportunidades para todos y todas. Sin embargo, conscientes de los límites pero también de las inmensas potencialidades del trabajo en la red, de sus contradicciones y su naturaleza más política que técnica, las mujeres se están lanzando a la disputa política en la arena tecnológica, con mayor o menor grado de participación e ingerencia” (Graciela & Brunet, 2009: 4-5).

En el momento actual, las estructuras de poder no acaban de tener todo el control sobre las actividades de los agentes que actúan on line, por lo que el activismo feminista (y, de hecho, cualquier otro tipo de reivindicación contracultural) tiene que aprovechar la ocasión para introducir aquellos cambios que en el futuro determinarán la identidad digital femenina. No se trata de trabajar para resolver los “viejos problemas de la imagen de la mujer a los medios” sino de apropiarse de estos medios para controlar el discurso del futuro. Ya hace un tiempo que Manuel Castells hace tiempo que defendió la tesis según la cual la sociedad informacionalizada y los nuevos sistemas de comunicación, se quiera o no, han cambiado los significados culturales, históricos y geográficos. Por ello, emergen otros sistemas de representación que asumen otros códigos éticos, morales, lingüísticos, etc. A nivel de influencia ideológica, ahora mismo es un momento importante “puesto que la forma tecnológica del sistema es incierta, cualquiera que controle las primeras etapas podría influir decisivamente en su evolución futura, con lo cual adquiriría una ventaja competitiva actual” (Castells, 2003: 455).

3.2. El entorno territorial. La situación de la mujer y el valor social del cine africano

Según el Informe de Desarrollo Humano de 2007/2008 de las Naciones Unidas, en Zimbabwe, las desigualdades de género se encuentran en todos sus niveles de desarrollo. El país ocupaba la posición 130 del ranking, la cual cosa ilustra la situación de clara inferioridad de la mujer con respecto al acceso, el control y la posesión de los recursos económicos; a la vez que con respecto a la posición en los procesos de toma de decisiones. Esta realidad es patente a pesar de la promulgación de numerosas leyes y de la firma, ratificación y adquisición de múltiples declaraciones, convenciones y protocolos tanto locales como internacionales con la voluntad de crear un entorno propicio para el logro de la igualdad y la equiparación entre mujeres y hombres.

Por otro lado, durante las décadas de los años 50 y 60, los cineastas africanos empezaron a crear imágenes de la África postcolonial contraponiéndolas a la diversidad cultural del continente. Durante la última mitad del siglo XX, habiendo superado estereotipos a través de la crítica social, el cine africano se convirtió en un vivero único de experimentación estética de la crítica histórica y el lenguaje político.

A medida que los estados africanos iban construyendo nuevas identidades mezclando la tradición y las experiencias coloniales, la cultura audiovisual se iba convirtiendo en su altavoz/pantalla por todo el mundo. Por otro lado, las tradiciones orales son el patrimonio singular que representan un estilo de historia no lineal y que han dejado una impronta característica en el estilo cinematográfico del África. Este tipo de arte se ha convertido, al mismo tiempo, en una poderosa herramienta emocional de cambio social.

A principios del siglo XXI, con el inicio de la última revolución de la comunicación digital, se ha abierto todo un mundo de posibilidades para reducir las distancias entre culturas. Las imágenes, los sonidos y las ideas se intercambian casi instantáneamente, creando unas culturas híbridas y muy dinámicas. Del mismo modo que la sociedad noroccidental ha influenciado la cultura global, otras culturas también han participado en la elaboración de esta nueva identidad aportando otras sensibilidades, tradiciones y estilos expresivos. De este modo, el cine Africano, también se ha involucrado en esta tarea, y a través de sus exploraciones críticas sobre el colonialismo que han permitido la emergencia de una nueva conciencia mundial.

El cine Africano comprende una infinidad de personalidades y lenguajes diferentes que han posibilitado generar un patrimonio particular y de una gran sensibilidad y bellezas audiovisuales. Aun así durante mucho tiempo (y todavía ahora) ha restado inédito o ignorado por el público, incluso por los mismos espectadores africanos. Sin ningún interés para promover su capital cultural que cohesiona los consumos y las diferentes culturas populares, este procomún se encuentra en riesgo. Promover y distribuir cine africano se convierte, de este modo, en una acción de reivindicación política. Además, el arte cinematográfico, en sí, es una herramienta muy sugerente para promover el desarrollo social, puesto que tiene un gran valor pedagógico y de concienciación. Con estas premisas la realización cinematográfica se convierte en una necesidad social, económica y educativa; y la producción de rodajes hace emerger las capacidades y posibilidades de las creadoras emergentes las agentes en su propio territorio.

4. Punto de partida del proyecto. La historia detrás el laboratorio

4.1. El preludeo de la aventura

Zim.doc surge a partir de la constatación (en la primavera de 2009), y a través de un documento sobre la situación de las mujeres cineastas en España y publicado por CIMA (Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales), de la desproporción existente entre la presencia de mujeres estudiantes de realización cinematográfica en las escuelas especializadas (un 50% de la comunidad estudiantil) y el número de mujeres que se encontraban en fase de desarrollo y realización de proyectos, que solamente suponía un 10% de la producción del país. Esta observación coincidió con un llamamiento por parte del grupo Women Filmmakers of Zimbabwe (WFOZ) a la comunidad sensibilizada por estos temas en el que, denunciando su situación marginada dentro de la comunidad creativa del país, buscaban contactos con personas y colectivos cinematográficos internacionales para desarrollar iniciativas del exterior que las ayudaran a desarrollar su actividad artística y adquirir conocimientos técnicos.

4.2. Metodología del laboratorio

Se procuró desarrollar método de trabajo propio diseñando un programa que mezclara los procesos de observación, aproximación y familiarización en un medio determinado de forma que quedaran reflejadas las propias vidas de las autoras, quedando reveladas estas diferencias sutiles que se dan en realidades aparentemente similares, los matices e interacciones de cada entorno, a la vez que se experimentaba con diferentes estilos y estructuras narrativas. El proyecto mezclaría formatos para poder facilitar una comprensión práctica de las variables que se dan entre formatos: características, texturas y calidades de grano de las imágenes y píxeles, colores y contrastes para poder trabajar la accesibilidad y viabilidad de las ideas.

También se incluía como ejercicio del taller el visionado de una amplia variedad estilos y estructuras de films documentales de todo el mundo. De este modo, se desarrollaría una metodología fuera de las líneas curriculares habituales de la enseñanza formal. La propuesta se envió a la WFOZ, que organizó una reunión con las participantes porque pudieran valorar las propuestas previamente y ya empezar a sugerir localizaciones que encajaran con los ejercicios planteados: dos peluquerías, una fábrica, un centro de minusválidos, tres mercados al aire libre, un centro de acogida para mujeres maltratadas y un estudio de baile.

A nivel técnico, una vez constatadas las dificultades para conseguir financiación, desde Barcelona se determinó realizar un llamamiento a la comunidad profesional cercana a las autoras para reunir el máximo de material privado posible. De este modo también se conseguía proponer un ejercicio de adaptación de los aparatos muy enriquecedor. Hubo dos aportaciones de empresas, una especialmente estimulante y con un gran valor añadido. BeachTek, una empresa canadiense que había desarrollado los primeros adaptadores XLR para poder conectar micrófonos profesionales a cámaras domésticas; cedieron tres adaptadores para el proyecto. También se contactó con la filial catalana de Panasonic a quién se logró transmitir la intención de enfrentar un grupo de mujeres a nuevos equipos y formatos para que posteriormente pudieran compartir experiencias y experimentaciones con estos equipos internacionalmente, por lo que aportó dos cámaras HD.

El laboratorio se prolongó durante un mes y medio y participaron 11 mujeres además de las mismas promotoras del proyecto. Todo el trabajo de transcripción, registro, construcción y montaje del trabajo se hizo colectivamente. El material resultante debía servir para componer siete episodios para el Podcast, video-instalaciones y material de documentación complementaria como entrevistas a las mismas mujeres involucradas, en las que explicaban sus historias sobre el laboratorio a la vez que reflexionaban sobre la vida en Zimbabwe.

La segunda parte del taller se centró en el trabajo sobre el material filmado (y grabado). La puesta en común tenía que concentrarse en la exploración y experimentación técnica y artística con la práctica y el visionado y comparación de los trabajos realizados y otros productos cinematográficos que aportaban otras visiones, aproximaciones y tratamiento documental. Con este ejercicio colectivo se consiguió una toma de conciencia auto-reflexiva, a la vez que se conseguía darle otra vuelta de turca al que se había hecho.

4.3. Participantes en el workshop y fuente de inspiración Zim.doc

TSITSI Dangarembga es la primera colaboradora y participante del proyecto del laboratorio. Es escritora y cineasta y el miembro principal del grupo WFOZ. Es la creadora y directora de la IIFF, International Image Film Festival de mujeres. Impulsó el IIFF para fomentar y fortalecer la comunidad cinematográfica de Zimbabwe a la vez que para facilitar un espacio para la libre expresión femenina. Desde el año 2002, el festival trabaja para posibilitar una plataforma femenina donde sus voces, éxitos y esfuerzos puedan aparecer en los medios audiovisuales más potentes de los cuales a menudo reciben hostilidad y falta de apoyo. Se trata del primer festival de cine de mujeres de el África Sub-Sahariana.

FELICITAS Kavay es una joven artista visual miembro a la vez de WFOZ. Sus trabajos giran entorno a su relación personal con su iglesia. Mezcla elementos humorísticos, obsesiones y críticas de los cuales surge una reflexión honesta sobre su ya antiguo e inquebrantable vínculo con su iglesia.

STELLAH January es una miembro pionera de WFOZ. Es actriz de teatro, cine y televisión y una de las protagonistas del último film de Tsitsi Dangarembga.

RUDO Chakanyuica es una mujer joven que está involucrada en numerosas plataformas artísticas. Es la coordinadora de la cafetería HarareBook considerada por los artistas locales como el espacio autónomo más importante para el intercambio de ideas, arte y cultura.

NYRADADZO Charama es escritora, performer, cuentacuentos y actriz. Ha jugado un rol importante en la tarea de reunir comunidades zimbabwenses y cicatrizar heridas a través de la mediación, el teatro comunitario y,

más recientemente, el documental creativo.

ONAI Petra Abote es una joven periodista con un medio de comunicación propio. En su último trabajo muestra las divisiones internas de la comunidad periodística zimbabwense durante los acontecimientos políticos más recientes.

SABINA Mustsvati, graduada en bellas artes, es una artista visual joven pero con gran reconocimiento en Harare gracias a un estilo particular que emplea el diseño de moda para denunciar la actual crisis zimbabwense; una de sus piezas más conocidas fue un vestido hecho de rebanadas de pan realizado durante el hambre de los años 2008-2009.

DEBRA Mugobogobo ha formado parte durante años de la industria cinematográfica de Zimbabwe. Es productora y jefa de producción, recientemente está centrando su interés hacia la producción y realización documental.

PORCIA Mudavanda es estudiante en la escuela de medios audiovisuales en Harare. Inspirada por WFOZ, está trabajando para representar la siguiente generación. Está especialmente dedicada a la edición y demuestra un talento especial a para aproximarse a las dinámicas sociales más controvertidas de Zimbabwe, que son a la vez esenciales.

ANGELINE Dimingo es abogada y un miembro muy activo de WFOZ. Es escritora, directora y supervisora de guión y forma parte de un proyecto formativo infantil en el cual se enseña a los niños a construir un guión convirtiéndolos en películas. También es la responsable de un centro audiovisual independiente en su barrio.

TRACY Sibanda es periodista a la TV local y presentadora de Good Morning Zimbabwe. También es escritora. Dentro de la organización del HIFA, Harare's International Festival of Art, se ocupa de la comunidad impedida. Está muy comprometida con la comunidad discapacitada de Zimbabwe.

4.4. Trayectoria de la organización

La Associació de Creadores Audiovisuals –A.C.A.- nació en Barcelona el año 2009 como organización sin ánimo de lucro. Su motivación inicial era ser el marco legal donde se acogiera el proyecto Zim.doc, principalmente, pero también con la intención de futuro de convertirla en el paraguas donde todas las acciones derivadas del proyecto; y donde todas aquellas personas implicadas directa o indirectamente con éste y donde todas aquellas iniciativas y personas que compartieran motivaciones, finalidades y necesidades con Zim.doc y que, además, necesitaran acceder al mismo proyecto para desarrollar otros propios, pudieran encontrar cobijo.

Todas las aportaciones materiales, logísticas y de trabajo se han hecho por iniciativa voluntaria de sus miembros. A la vez, este compromiso se compaginaba con la actividad profesional paralela de cada una de ellas. Mientras se desarrollaba el proyecto, iban surgiendo numerosos elementos que rompían con el modelo de trabajo clásico, de forma que surgió la idea de crear un espacio que pudiera apoyar este y otros tipos de proyectos desarrollados por artistas mujeres a nivel internacional. Con esta idea se creó un lugar Web www.acavisuals.net para empezar a dar visibilidad al proyecto y que se convirtiera en su mismo punto de partida.

4.5. Impacto y oportunidades esperadas

Zim.doc pretende desarrollar un marco en el que las mujeres puedan ejercitar su voz creativa y aprender más sobre sus propias capacidades como cineastas. De este modo se confía que, por un lado, la exhibición pública del proyecto les dará seguridad profesional; los procesos de difusión, la exhibición y la distribución les aportarán contactos con otras comunidades africanas de creadoras que los serán de gran utilidad para futuros retos; Zim.doc es una experiencia más en su currículum profesional y puede suponer un plus para conseguir apoyos para otros proyectos; los ecos de su experiencia reforzarán su imagen pública en la industria cultural local; Zim.doc presta especial atención al IIFF –International Film Festival de Zimbabwe- puesto que cree que puede ayudar a ampliar la comunidad de mujeres cineastas participantes; finalmente, el proyecto también permite acceder en los espacios de diálogo contemporáneos dedicados a la innovación y la experimentación de nuevas formas de expresión.

Por otro lado, también se busca tener un impacto sobre la sociedad a largo plazo interviniendo en los circuitos de cine documental e independiente para ser un recordatorio de que la innovación no es un fenómeno exclusivo de los países (denominados) desarrollados. Y que, de hecho, los contactos más diversificados generan mayor dinamismo e inyectan la inspiración y energía que posibilitan contrarrestar la fuga de cerebros de estos países (denominados) subdesarrollados.

A medida que se va conociendo el proyecto, se va logrando una comprensión de la complejidad de un ejercicio que aparentemente no tiene más complicación que ser un taller cinematográfico en Harare. Conociendo quién es quien, se comprende que no es tanto sencillo sacar una cámara y ponerse a filmar un mercado de la ciudad, que las dificultades infraestructurales complican las acciones más básicas cómo sería una cena en familia, entre otros. Entrar y participar en la realidad observada permite una mayor asunción del fenómeno de interés.

Zim.doc quiere convertirse en un espacio de innovación social planteándola como acción colectiva y procurando evitar, dentro de lo posible, su acepción entendida como un flujo unidireccional de conocimientos y que, demasiado a menudo, circula de norte a sur. No se pretende “llevar la innovación en la África” sino más bien innovar en África junto con las creadoras locales. Este reto se cree posible gracias, en gran medida, a los social media, que permiten la interacción social empleando la tecnología Web más accesible.

4.6. Fases del proyecto y líneas estratégicas

Este proyecto ha dibujado unas fases por las que pretende ir pasando de un modo natural y según sus posibilidades y las oportunidades que se presenten en cada momento:

Fase 1. Laboratorio de creación cinematográfica en Harare, Zimbabwe:

- desarrollo de nuevas metodologías de creación
- construcción de la primera comunidad
- exploración y experimentación de herramientas y técnicas documentales
- diseño de la estructura de presentación del proyecto
- producción/rodaje de las piezas audiovisuales
- documentación del proceso

Fase 2. Difusión y preparación de la presentación del proyecto:

- coordinación con entidades colaboradoras
- diseño del circuito de exhibición
- preparación de las presentaciones
- Desarrollo del espacio narrativo virtual y exhibición
- desarrollo y producción del proyecto Web
- colaboración con nuevas alianzas, técnicos y artistas –para la exhibición y el proyecto Web-
- postproducción del Podcast
- postproducción de las piezas audiovisuales

Fase 3. Discusión pública y plan estratégico:

- plan de comunicación
- Lanzamiento al Webcast de las primeras series de episodios
- Presentaciones públicas locales del proyecto
- Presentación de la exhibición virtual y del sitio Web
- Tour internacional de exhibición y participación en acontecimientos públicos.
- Normalización del funcionamiento del Web

4.7. "La" estrategia

A través de la propia red social, en un primer momento, se pretende construir un sistema de apoyo basado en varias acciones como colaborar con plataformas paralelas para favorecer una visibilidad mutua, contactar con blogs de escritores, o de organizaciones socialmente comprometidas con la creatividad audiovisual, la perspectiva de género y la justicia social. Marcar las zonas geográficas dónde se han establecido contactos que juntándolos en los africanos pueden construir nuevos caminos. Estas alianzas se han creado porque se comparten intereses e inquietudes: el Europa del Este, el África oriental y del Sur, países del Próximo Oriente como Libia, Egipto, Turquía y Marruecos y por supuesto América Latina. Todas estas regiones se sienten en una periferia que los empuja a buscar alianzas internacionales para poder desarrollar sus proyectos. De este modo, no se pretende desarrollar una estrategia de marketing sino de comunicación y pedagógica en el sentido que el que buscamos es la divulgación de nuestras ideas y trabajos para sensibilizar la ciudadanía hacia temas que encontramos tratados de maneras discriminada, residual y cargada de prejuicios.

4.8. El archivo

Zim.doc ha generado una enorme cantidad de material que también quedará a disposición de todo aquel que lo desee. A pesar de que hay una propuesta narrativa a la hora de navegar por las diferentes plataformas, también se ofrece la posibilidad de hacer consultas independientes. Este archivo consta de:

- clips de vídeo, sonidos e imágenes
- material grabado durante la pre-producción, el laboratorio y la difusión
- material adicional otros fondos documentales
- Entrevistas y reflexiones personales de las artistas sobre los temas más dispares
- Comentarios y material sobre los procesos creativos

4.9. Algún ejemplo

- Episodio 3 –Investigación de la localización

“Nuestras artistas están visitando varias opciones de localizaciones para decidir donde se harán el rodaje de las “Instituciones sociales”. Visitan el mercado de Mbare donde se enfrentan a un grupo de hombres que se autodenominan “vigilantes del barrio” y que cuestionan su presencia y, sobre todo, la de las cámaras, hasta el punto que llaman a la policía para que las detengan”.

Esta anécdota revela la situación de censura que sufre la prensa y las mismas artistas audiovisuales en Zimbabwe.

- Bloque: 27 de noviembre. Entrevistas sobre las expectativas y la valoración posterior experiencia de un día:

Tracy: “Saliendo de la fábrica nos dirigimos a Mupedzanhama a Mbare que en la lengua shona quiere decir “erradicador o eliminador de la pobreza”. Mbare son los encantos más grandes y concurridos de Zimbabwe. Sabemos que no será fácil llevar las cámaras porque no todo el mundo tiene una opinión positiva sobre los medios de comunicación. En fin, debíamos de estar muy determinadas a hacerlo porque después de unas vueltas por el mercado nos decidimos a registrar algunas escenas...”

PORCIA: “Fue el día más aventurero de mi vida. Entré a la industria cinematográfica con un arresto. Otras mujeres del medio me han comentado que me vaya acostumbrando y que tendré que ser capaz de superarlo para llegar a tener un nombre a la industria cinematográfica de Zimbabwe”.

NYARADZO: “Hay zimbabwenses que reclaman la libertad porque han luchado, pero ¿qué es y para quién es la libertad? Pienso en las mujeres que dan el pecho después de la jornada laboral, que sufren dolores de espalda por el embarazo por culpa de estos mentirosos, ingenuos, “filósofos” que asaltan las mujeres porque sí. La política ha traído confusión en Zimbabwe y sólo ha servido para destruir nuestras raíces”.

FELISTUS: “No pude llegar a tiempo (para la actividad en el mercado) porque tuvimos un problema con el agua y me tuve que quedar en casa”.

- Entrevistas en el portal Web:

Los episodios acaban con unos pasajes donde las artistas analizan aspectos del enojo que se vive en Zimbabwe: TSISTI: Trasfondo histórico de la violencia política; ANGELINE Ahogo de los medios de comunicación; NYARODZO: Violencia y reconciliación; FELISITAS y TRACY: La juventud ante la historia.

- ‘EL MERCADO’ en el portal Web:

Imagen fija / sonido ambiental: el audio se registró a cuatro mercados al aire libre de diferentes zonas de la ciudad y se combina con imágenes de fotografías tomadas a la periferia residencial de cada mercado. Esta radiografía

social audio-fotográfica refleja elementos que sirven para identificar las diferentes clases sociales que conviven en Harare. Son detalles que a menudo pasan desapercibidos pero que representan la esencia de aquella sociedad.

Conclusiones

Una propuesta co-creativa como Zim.doc permite una asimilación y una apropiación del proyecto por parte de todos sus agentes implicados que, no solamente contribuye a optimizar su producción, sino que también lo “personaliza”. Provocar el contacto entre participante y la comunicación audiovisual se considera importante por el impacto que se pretende que debería tener el proyecto sobre sus destinatarios. Además, la idea de una exhibición posterior también queda abierta a nuevas posibilidades de expresión interactiva en el espacio físico.

En este sentido, con este ejercicio se han detectado algunas cuestiones que se plantean a la hora de abordar una propuesta participativa que a nivel metodológico se revelan imprescindibles. Por un lado, debe considerarse tener una actitud de honestidad por parte de los promotores a la hora de vincular a las personas en este tipo de propuestas, puesto que la voluntad participativa entraña un enorme componente emocional, y sobretodo en los casos de proyectos con componente social o política. Involucrar emocionalmente al destinatario del proyecto es, a un tiempo, el “secreto del éxito” pero también representa su “hipoteca”. Así pues, la participación y la actividad co-creativa no se pueden reducir a la mera convocatoria despersonalizada a través de servicios de Internet, la participación debería ser una propuesta en vivo que use todos los canales necesarios –tanto los personales como los virtuales. Otra cuestión que plantea un proyecto basado en un proceso participativo es su mismo final. Muy a menudo, como en el caso que nos ha ocupado, cuando se diseña y propone un proceso co-creativo, resulta muy difícil saber cómo, cuándo y por qué se termina. Sería muy recomendable que estas cuestiones se plantearan desde el mismo punto de generación de la idea. Finalmente, también debe resolver otras cuestiones como la propiedad y la gestión y preservación del patrimonio resultante, puesto que cuando se empieza a operar con patrimonios intangibles, aparece con fuerza un tipo de valor testimonial y el concepto de archivo vivo. Los resultados obtenidos de un proyecto co-creativo y/o basado en procesos participativos, desdibujan las categorías tradicionales del patrimonio material, por lo que deben ser reformuladas. Así pues, el patrimonio, ya no aparece antes que el proyecto cultural, ni es la razón de ser de este, sino que se convierte en un resultado del mismo, asumiendo una doble función: de testimonio y de archivo vivo de ese proyecto determinado. La propiedad, la preservación y la difusión de este nuevo tipo de patrimonio deberían considerarse desde unas premisas actualizadas.

Otra conclusión, en este caso sociológica, a la que se ha llegado con esta experiencia es que, tal y como advertía Beatriz Busaniche (Busaniche, 2004), el convencimiento de que el simple acceso a las tecnologías y la alfabetización digital no son suficientes para resolver una problemática de carácter social o político. Esta autora, consideraba que las potencialidades que ofrecen las NTIC no se hacen efectivas con la simple alfabetización, sino que tan sólo serán posibles con una comprensión profunda y con el uso cotidiano de esta nueva forma cultural. La autora aconsejaba mirar con suspicacia los planes de “conectividad” para aquellas zonas “desconectadas” puesto que, según los programas, una falta de un análisis de la infraestructura existente, los dejan reducidos a meras campañas sin futuro. Además, el uso de programas propietarios dificulta muchísimo la prolongación de la utilidad de los equipos, teniendo en cuenta su evolución constante. La cultura NTIC, fuera de algunos contextos, resulta difícil de asumir y más de mantener. Zim.doc propone que la prolongación del proyecto se resuelva viralmente, desarrollando más laboratorios en otras partes que permitan a las artistas entrar en contacto entre sí para después poder desarrollar sinergias propias más allá de esta propuesta concreta y de sus soportes tecnológicos.

En suma, la llamada tecnocultura (Giner, 1985) está constituida, fundamentalmente, por personas con posibilidad de acceder a la tecnología y que, además, son conocedoras del lenguaje digital; teniendo en cuenta esta característica principal, y el hecho que no todo el mundo tenga acceso a ella, constituye, de nuevo, otra distinción social, con la consecuente segregación, que esto representa, entre los “conectados” y los “no conectados”. Uno de los problemas que conlleva el entusiasmo filotecnológico es pensar que la alfabetización digital y el acceso a la tecnología (del mismo modo como a menudo se creía con la alfabetización tradicional) puede resolver cuestiones como la exclusión social o la pobreza; es decir, pensar que hay soluciones culturales (y tecnológicas) para todos los problemas económicos y de justicia social. La segregación derivada de la globalización se hace más acusada cuando lo acompaña la brecha digital, aun así, trabajar solamente en este problema no la resuelve. Aún así, queda claro que el software, como dice Busaniche, es “la técnica cultural de la nueva era y por lo tanto para ejercer el Derecho Humano en el libre acceso a la cultura (Art. 27) es necesaria una toma de conciencia sobre las implicaciones culturales del lenguaje computacional” y, en general, de todas las NTIC y los medios audiovisuales.

Referencias

BUSANICHE, Beatriz (2004). “Bestiario de la sociedad de la información. Slogans, clichés y sus peligros inminentes”. Ponencia en “Democracia y Ciudadanía en la Sociedad de la Información” Córdoba (Ar.). Recuperado el 26 de julio de 2011 en la dirección: <<http://bo.unsa.edu.ar/docacad/softwarelibre/articulos/bestiario/>>

CASTELLS, Manuel (1996). “La cultura de la virtualitat real: la integració de la comunicació electrònica, la fi del públic de masses i el desenvolupament de les xarxes interactives” en *La societat xarxa*. Vol. 1. 1a edición, 2003. Barcelona: Editorial UOC.

GRACIELA, Leonor & BRUNET, Karla (2009). “Ciberespacio y mujeres, una tierra en trance” en *Revista Latina de ciencias de la comunicación*. ALAIC. Año VI, nº XI, julio-diciembre 2009.

CASSE, Bernard (ed.) (2003). *Atlas de Le Monde Diplomatique*. Edición española. Ediciones Cybermonde, Valencia.

GINER, Salvador (1985). “Tecnocultura, saber y mudanza social”. Publicado en *Telos: Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*. Enero, 1985. P. 21-31. Recuperado el 27 de julio de 2011, en la dirección: <<http://goo.gl/QQPUS>>

Human Development Report 2007/2008. United Nations for the Development. Recuperado el 23 de mayo de 2011, en la dirección: <http://hdr.undp.org/en/media/HDR_20072008_EN_Complete.pdf>

PAISAJE, LUGAR Y MEMORIA.

PROYECTO PARA UN JARDÍN DEL SIGLO XXI

Francisco Javier Gómez de Segura Hernández

Profesor titular de escultura

Facultad de Bellas Artes. Universidad de Murcia

Campus universitario. 30100 Espinardo. Tf.: 619854936-Email: javgomez@um.es

Resumen:

Con esta comunicación se quiere presentar y analizar el proyecto del “Parque de Levante” que el Ayuntamiento de Murcia está promoviendo en colaboración con otras instituciones.

Es un proyecto que empezó a gestionarse en el año 2006 y que supone la creación de un gran parque público en una zona localizada entre los márgenes del río Segura y los campos de huertos que bordean los límites de la ciudad.

El parque será un gran centro cultural que acogerá un museo y espacios destinados a la promoción del arte, el diseño y la arquitectura; también servirá de lugar de encuentro y de socialización, donde se promueva el acercamiento de la ciudadanía con la naturaleza y el paisaje autóctonos.

El proyecto se ha definido siguiendo varias líneas directrices basadas en la idea de hacer convivir en un mismo espacio el arte del museo, la producción de experiencias artísticas contemporáneas y el fomento de las actividades colectivas, a la vez que la promoción de estrategias que impulsen los valores ecológicos relacionados con la singularidad del propio lugar.

Consideramos que un proyecto de estas características puede ser motivo de estudio pues en él se desarrollan distintos temas de interés, entre otros, pueden citarse aquí: la relación entre arte y naturaleza, el diálogo de la arquitectura con el paisaje, los planteamientos de sostenibilidad en nuevas infraestructuras urbanas, la idea de un paisajismo relacionado con la memoria del lugar, la función social de los espacios públicos, etc.

Palabras clave:

Paisajismo, Land Art, Ecología del paisaje, Memoria y lugar, Diseño urbano.

Abstract:

In this paper we want to present and analyze the project “Parque de Levante”, which the city of Murcia is promoting in partnership with other institutions.

This is a managed project that began in 2006 and involves the creation of a large public park in an area located between the banks of the river Segura and golf gardens that border the city limits.

The park will be a great cultural center that will house a museum and space for the promotion of art, design and architecture, will also serve as a meeting and socializing, which promotes citizenship approach to nature and landscape native.

This project has been defined following several guidelines based on the idea of living in the same space the museum’s art, the production of contemporary artistic experience and the promotion of collective activities, while promoting strategies that foster ecological values associated with the uniqueness of the place itself.

We believe a project like this may be interesting to study because he developed various topics of interest, and we can mention here: the relationship between art and nature, dialogue with the landscape architecture, sustainable approaches in new urban infrastructure, the idea of a landscape-related memory, the social function of public spaces, and so on.

Key words:

Landscaping, Land Art, Landscape ecology, Memory and place, Urban design.

Introducción:

Esta comunicación presenta el proyecto del “Parque de Levante” de la ciudad de Murcia, auspiciado por su Ayuntamiento y la Fundación Murcia Futuro. El proyecto se está desarrollando con el master plan presentado por el estudio de arquitectura K/R, que lo ha planteado como un jardín dedicado al arte y la cultura, donde han de respetarse las peculiaridades de la zona de huerta de su emplazamiento.

Aquí analizaremos la metodología utilizada para el planteamiento del proyecto, tanto desde el punto de vista del diseño como en los aspectos contextuales del mismo, que tienen que ver con los beneficios sociales, culturales y artísticos que se esperan alcanzar.

Paralelamente a la presentación del proyecto se aportan varias reflexiones que lo explican desde diferentes puntos de vista, como desde el paisajismo, del arte en contextos naturales, del espacio público o de la sociología urbana.

Objetivos:

Entre los objetivos de esta comunicación destacaremos en primer lugar el interés que pueda tener un proyecto de estas características, dándose a conocer entre los especialistas que participan en el congreso.

También será interesante analizar las distintas estrategias que se han seguido para conformar una idea que surge del ámbito político, que se desarrolla en el campo profesional de la arquitectura y el paisaje y que debe terminar enraizando en la comunidad para la que se destina.

Intentar comprender la metodología de diseño utilizada hasta llegar al master plan presentado, es otro de los objetivos propuestos.

Y finalmente, otra de las aspiraciones de esta comunicación será estudiar los argumentos que enlazan este proyecto con el lugar, el paisaje, su ecología y el entorno social.

Metodología:

Al tratarse de un proyecto en fase de desarrollo, hemos tomado interés por todo lo relacionado con el diseño, con las propuestas paisajísticas, arquitectónicas y de usos que se proponen. También nos ha interesado la fase de gestión política y de concertación con los distintos grupos involucrados. Pero fundamentalmente hemos de indagar en los efectos y beneficios que el proyecto generará en la ciudad de Murcia.

Paisaje, lugar y memoria. Proyecto para un jardín del siglo XXI

La idea de proponer la creación de un gran parque en la ciudad de Murcia, que llevará por nombre “Parque de Levante”, surge a finales del 2006, cuando el Ayuntamiento de Murcia, junto con la Fundación Caja Murcia, constituyeron la fundación Murcia Futuro, que tiene como objetivo principal impulsar la construcción de este parque en los terrenos que se encuentran a lo largo de la ribera del río Segura, junto al Palacio de Congresos.

Entre los fines propuestos en el acta de constitución de la fundación Murcia Futuro están el “favorecer el enriquecimiento cultural de Murcia y la sensibilización de la población en materia de arte, cultura y medio ambiente”. Por tanto, estas son las líneas directrices que irán definiendo el proyecto. También se hace mención en varias ocasiones a la necesidad de promover actividades relacionadas con los fines, lo que pone en evidencia la voluntad de invertir recursos en la planificación de eventos culturales, cuestión ésta importante, ya que toda infraestructura cultural necesita de un apoyo presupuestario que asegure la continuidad de programaciones coherentes con el esfuerzo inversor realizado y las políticas culturales que han de mantener las instituciones implicadas, siguiendo criterios de planificación cultural. Antonio Remesar define la planificación cultural como:

[...] un complejo proceso que debe formar parte de estrategias más amplias. Tiene que conectar con la planificación del territorio y la planificación de la ciudad; debe relacionarse con el desarrollo económico e industrial, con las iniciativas de justicia y con la planificación del ocio y el tiempo libre. Debe formar parte integral de otros procesos de planificación y, no ser, simplemente, un apéndice a ellos (Maderuelo et al. 2000, p. 206).

La extensión prevista para el parque alcanza los 500.000 metros cuadrados que serán destinados a equipamientos culturales, espacios de uso colectivo, jardines y huertos. La distribución inicial de los terrenos prevé destinar el 20% a parque urbano y el 80% restante de la superficie la ocupará el parque natural.

El pasado mes de marzo se presentó el proyecto del parque realizado por los arquitectos John Keenen y Terence Riley, que desde 1984 constituyen el estudio de arquitectura K/R con sede en Nueva York. Según su propia des-

cripción: “El parque está concebido como un lienzo sobre el que se interviene artísticamente en lo que llamamos Land Art y arte medioambiental, que con una forma activa se acoplan como elementos al paisaje” (Keenen, J. y Riley, T. 2011). Esto da una idea del planteamiento general del proyecto, que pretende respetar y potenciar el carácter natural que ya tiene el lugar, pues se encuentra en una zona de cultivo, siendo la huerta uno de los elementos paisajísticos más característicos de la región murciana.

El proyecto contempla la idea de fundir en un mismo espacio las actividades artísticas que surgirán del Museo de arte, diseño y medioambiente junto a nuevos espacios naturales formados por jardines, palmerales y huertos; espacios para el uso colectivo de la ciudadanía, como una gran explanada para eventos, un anfiteatro natural y un espacio denominado “semillero artístico”, que pretende ser un núcleo de creación para jóvenes artistas, en el que puedan disponer de lugares para el debate a la vez que realizar exposiciones con las obras que se producirán en los estudios para artistas que albergará el propio parque.

Uno de los planteamientos iniciales del proyecto es proponer la presencia de obras artísticas en el parque, según lo expuesto por Keenen y Riley (2011) en su master plan:

El Parque de Levante es concebido como un paisaje artístico, un parque sostenible con una relación simbiótica entre arte y paisajismo. Los diferentes elementos programáticos del parque y la variedad de paisajes se prestan a la inclusión de obras de arte, ya sea en la forma de esculturas (objetos artísticos) arte ambiental (Land Art), o instalaciones para infraestructuras. El arte será incorporado dentro de las áreas cultivadas, como el paseo, el talud, los campos silvestres y el malecón; así como las áreas no cultivadas como el campus del museo, el espacio para eventos, el patio y las plazas colindantes.

La idea de contemplar el arte en contacto con la naturaleza es una de las propuestas más singulares del proyecto. Se acerca al concepto del jardín de esculturas pero se quiere llegar más lejos, incorporando a la propia naturaleza en el diseño formal y estético del parque mediante una cuidada planificación realizada por paisajistas especialmente sensibles con las ideas de respeto y protección medioambiental. A este respecto, Jimena Blázquez considera que la vinculación entre arte y naturaleza en los parques de esculturas es un factor fundamental para suscitar el interés de los visitantes, y dice:

[...] las intervenciones artísticas en estos espacios van acompañadas de un proyecto amigable con el medio, en el que los elementos del paisaje no se ven afectados negativamente por la intervención. Más aún, un cierto número de ellos tienen como objetivo el retorno a lo natural, una nueva forma de abordar el hombre al universo. Se pretende no sólo mostrar las creaciones de los escultores, no sólo establecer una relación dialéctica arte-naturaleza, sino fomentar asimismo el contacto y el respeto por la Tierra (Blázquez, Varas, y Rispa, 2006, pp. 13-14).

Algunas de las ideas del proyecto tienen su punto de partida en un proceso pedagógico y de discusión colectiva, ya que El master plan presentado por Keenen y Riley se sirvió de los planteamientos obtenidos por el máster de arquitectura de la Graduate School of Design de la Universidad de Harvard, donde se desarrolló este proyecto como una propuesta de estudio de caso de investigación, mediante la elaboración de estudios para la planificación urbana y el diseño arquitectónico del parque. Como resultado de esta experiencia, algunas de las propuestas desarrolladas en ese curso de doctorado del Departamento de Arquitectura se han incorporado al master plan

de Keenen y Riley.

Al encontrarse los terrenos de este parque en una zona agrícola, en la que aún se mantienen numerosos huertos en producción, el proyecto se ha planteado desde una perspectiva de conservación y respeto al paisaje y la naturaleza autóctona, a la vez que se presenta sensible hacia la memoria del lugar en que se arraiga.

El interés por conservar el patrimonio paisajístico de la huerta, ha llevado a los miembros de la fundación y a los diseñadores del proyecto a tomar conciencia del valor que supone para la ciudad el poder recuperar y mantener un patrimonio que está condenado a desaparecer por la expansión del casco urbano, que en sus límites presiona constantemente sobre el sistema de los huertos y la biodiversidad que mantiene en su medio ambiente. Por este motivo, son muy destacables las acciones conservacionistas que se incluyen en el proyecto: que tienen especial cuidado con el trazado de los senderos y caminos, y establecen las diferentes zonificaciones con arreglo a la naturaleza preexistente, manteniendo y preservando la flora autóctona e implantando otras medidas que promueven la sostenibilidad, como el tratamiento de la biomasa o el aprovechamiento del agua. También el master plan contempla el desarrollo de un plan de sostenibilidad que alcanza a la selección de plantas endémicas para el repoblamiento, utilización de las aguas pluviales y regadío por goteo; a la vez que el desarrollo de un programa del tipo “red cero”, mediante la generación de energía limpia y la no emisión de CO₂.

El proyecto también da importancia a los aspectos relacionales del parque con el contexto social, así, entre las ideas presentadas por Keenen y Riley se contempla la creación de un programa de “educación comunitaria”, marcándose una serie de objetivos encaminados a conectar las actividades generadas en el parque con los distintos grupos sociales, apoyándose para ello en un sistema de voluntariado. También, desde la fundación Murcia Futuro se están iniciando contactos con los colectivos cercanos a las áreas de influencia del proyecto, como son las asociaciones huertanas, grupos de vecinos y distintos interlocutores de la comunidad.

Todo ello es indicativo de la metodología seguida en el diseño de este proyecto, en la que destacan los mecanismos de diálogo de la propuesta con el lugar, con su propia ecología, y con los distintos actores sociales. Pero también, un proyecto de esta envergadura ha de plantearse en comunicación con el sistema urbano en el que se inserta, con las infraestructuras y los servicios preexistentes; en suma, avanzar integrándose en el proceso dinamizador de la vida metropolitana y tomando el protagonismo necesario como para introducir el paisaje en una ciudad necesitada de zonas verdes bien articuladas. Compartimos con Jordi Borja (2005) sus ideas sobre el paisaje urbano cuando dice:

El paisaje ha entrado con toda legitimidad en el urbanismo, no como un complemento sino como un elemento principal, a veces incluso ordenador. En unos casos, en la ciudad más densa y consolidada, porque hay que abrir espacios respirables, introducir la belleza y la naturaleza en el cemento y la congestión, cualificar los espacios públicos y vividos. El paisaje urbano hoy es concebido como algo más que el verde, el rol de la calle, el mobiliario urbano, el monumento, el diseño de plazas y parques, las fachadas, las perspectivas... Es también el uso del espacio público, el ambiente urbano entendido como seguridad, animación y transmisión de significados, el uso (o reúso) del patrimonio y de la memoria [...] (pp. 84-84).

El otro gran objetivo del proyecto es la promoción del arte y la cultura en un entorno natural. Como ya se ha indicado, se quiere dotar a este nuevo espacio de equipamientos culturales: un museo de escultura al aire libre,

con el que se planteará la conformación progresiva de una colección de escultura internacional; el Museo de arte, diseño y medioambiente, que se instalará en el propio campus del museo y que albergará varios edificios para colecciones permanentes, exposiciones, etc. y el “semillero de artistas”, un programa para promocionar a jóvenes creadores mediante un sistema de becas que les permitirán disponer de estudios para realizar sus proyectos.

Javier Maderuelo (2000) ha planteado la necesidad de incorporar al jardín público distintos aspectos de orden cultural que superen los valores puramente funcionales de las llamadas zonas verdes:

[...] la defensa o alabanza del jardín público atendiendo a sus funciones higienistas, desde mi punto de vista, es maniquea. No son necesarios los parques y jardines urbanos sólo por sus efectos saludables sobre la población, por ser pulmones de regeneración del aire contaminado, por servir de espacios de esparcimiento deportivo, en los que los ciudadanos pueden correr y brincar sin tropezar con automóviles. No son necesarios por ser apropiados como lugar de reposo en el que combatir al estrés que atenaza al ciudadano o por resultar idóneos para el desarrollo de los juegos infantiles. [Mi idea de jardín público] se basa en otras necesidades de orden cultural. La necesidad de un jardín cultural se fundamenta en sus labores de educador de la sensibilidad pública y en la capacidad histórica que tiene el jardín de ser portador de significados culturales, de ser hogar de los mitos de nuestra cultura (pp. 75-76).

Creemos que estas afirmaciones refuerzan varias de las líneas planteadas en el diseño de este parque, con las que se pretende desarrollar el potencial cultural de los nuevos espacios.

Varios equipamientos permitirán programar actividades de grupos: un gran talud que superará una de las grandes vías de la ciudad y que albergará distintos servicios del parque, un anfiteatro, una explanada para grandes eventos y un malecón que recorrerá toda la ribera del río. Equipamientos que permitirán la socialización de ciudadanos y visitantes mediante el desarrollo de acontecimientos de carácter cultural, festivo y participativo, porque, coincidiendo con el informe del S.I.T. de Manresa:

Creemos que el papel de la cultura en general y el arte en el contexto de la ciudad contemporánea, ha de ser el de cohesionar, generar contenidos culturales y aportar valores de identidad a las comunidades altamente dispersas en el territorio de la fragmentación metropolitana (Parramón y Fontdevila, 2007, p. 45).

Al estar definido el proyecto desde una perspectiva ampliamente cultural, han de considerarse los valores sociales, educativos y artísticos que se generarán desde estos equipamientos mediante las diferentes programaciones que darán lugar. A este respecto, también Jordi Borja (2005) hace una clara defensa del papel que han de asumir las instituciones y los actores sociales en los distintos programas culturales de la ciudad:

La oferta cultural tiene una función de cohesión interna, de relación entre los diferentes elementos pasados y presentes que configuran la identidad, siempre heterogénea, del territorio y de la sociedad que ahí vive. Pero también tiene una función hacia el exterior, de dar una imagen del país, de atraer flujos de población visitante, de inversiones y actividades, de informaciones... Hoy la cultura es un factor importantísimo para el progreso del territorio, para su capacidad de atracción, para la calidad de vida que ofrece, para las relaciones

que permite establecer. Otra dimensión de la oferta cultural que hay que citar, también compuesta de dos elementos que pueden estar en tensión, es la que se refiere a la cultura como elemento que une y consolida los componentes culturales acumulados por la historia y la cultura como apertura e intercambio, con capacidad de integrar elementos exteriores y transformarse como efecto de esta asimilación, pero también como disposición a tolerar la diferencia, a convivir con colectivos y personas que expresan valores y formas culturales muy diferenciados, incluso contradictorios con los que se consideran propios del territorio [...] (pp. 308-309).

El master plan presentado por Keenen y Riley es muy explícito en las descripciones paisajísticas pero también han cuidado especialmente los aspectos de las conexiones del parque con la trama urbana preexistente, la relación de éste con el cauce del río, que queda inmerso en el trazado del parque y que se proponen rehabilitar para restituir de nuevo la flora y la fauna autóctonas; y por último, pretenden también dar vida al nuevo espacio promoviendo actividades relacionadas con la producción de cultivos hortícolas que podrán ser consumidos en los restaurantes del parque.

Tanto por la extensión de la intervención como por la variedad de usos y funciones de los espacios que pretende albergar, este parque es el mayor y más ambicioso proyecto paisajístico de la ciudad de Murcia y se llevará a cabo en varias fases que se prevé finalicen en el año 2015.

Conclusiones:

Consideramos que el conjunto de actuaciones que irán conformando este proyecto se están llevando a cabo bajo la dirección de la fundación Murcia Futuro, entidad independiente y con la capacidad suficiente como para buscar los recursos necesarios que hagan posible el proyecto.

Es significativo que se haya realizado y presentado el master plan por un grupo de especialistas reconocidos internacionalmente: John Keenen arquitecto que forma parte del equipo de trabajo y Terence Riley, director del Museo de Arte de Miami y miembro del Consejo de Arquitectura y Diseño del Museo de Arte Moderno de Nueva York.

El planteamiento del proyecto adopta varios enfoques complementarios: político, de negociación y de diseño; que han de coordinarse responsablemente para conseguir los objetivos propuestos.

La promoción del arte, la cultura y el paisaje en una ciudad, debe ser un compromiso de los responsables políticos, los grupos sociales y de todos los ciudadanos. Las propuestas de este proyecto permiten canalizar las sinergias que ya se están generando después de ser presentado.

Los responsables del proyecto deben desarrollar un programa de concertación con todos los interlocutores sociales e iniciar una política de información específica de los distintos planes del parque para asegurarse la aceptación y la participación ciudadana.

Referencias:

Blázquez Abascal, J., Varas, V. y Rispa Márquez, R. (2006). Parques de esculturas, arte y naturaleza. Guía de Europa. Madrid: Documenta Artes y Ciencias Visuales.

Borja, J. (2005). La ciudad conquistada. Madrid: Alianza

Keenen, J. y Riley, T. (ed.). (2011). Master plan del Parque de Levante. Murcia: Fundación Murcia Futuro.

Maderuelo, J. et al. (2000). Arte público, actas V curso arte y naturaleza: Huesca, septiembre 1999. Huesca: Diputación Provincial de Huesca.

Parramón Arimany, R. y Fontdevila Subirana, O. (2007). Arte, experiencias y territorios en proceso. Barcelona: Idensitat.

Relación de imágenes del proyecto pertenecientes al master plan presentado por el estudio de arquitectura K/R.



Fig. 1: Situación del parque en la ciudad



Fig. 2: Simulación del parque en la ciudad

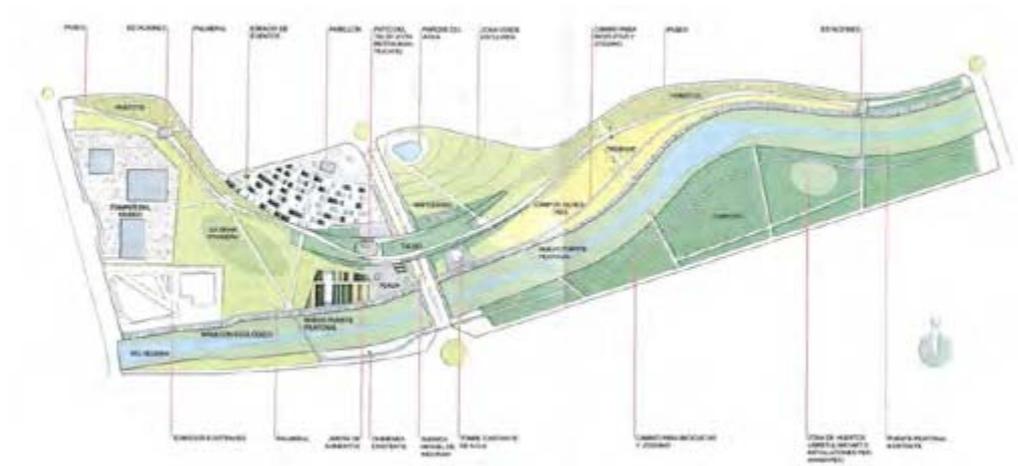


Fig. 3: Plano programático



Fig. 4: Imagen simulada de uno de los paseos



Fig. 5: Imagen simulada del talud central del parque



Fig. 6: Axonometría del talud



Fig. 7: Imagen simulada de uno de los paseos Fig. 8: Imagen simulada de una de las terrazas

O PATRIMÓNIO CULTURAL IMATERIAL E SEU CONTRIBUTO PARA A DIFERENCIAÇÃO CRIATIVA E A QUALIFICAÇÃO DOS DESTINOS TURÍSTICOS. O CASO DA CIDADE DE ALMADA NA REGIÃO DE LISBOA

José da Cunha Barros

Doutor em Antropologia Cultural e Investigador

Centro de Administração e Políticas Públicas (CAPP) do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (Universidade
Técnica de Lisboa). Rua Almerindo Lessa, s/n. Pólo Universitário do Alto da Ajuda. 1349-055 Lisboa (Portugal) – Tfn: +351
213600426 – Email: jcb@iscsp.utl.pt

Resumo

Os bens patrimoniais quando considerados pela UNESCO de valor universal podem ser inscritos na Lista do Património Mundial sendo objecto de reconhecimento e protecção particulares. O património cultural deve ser praticado e aprendido num processo dinâmico que passa, designadamente, pela revitalização das práticas e pela reinvenção da tradição. A relevância atribuída ao património mundial tem-se processado de uma forma diferenciada. Primeiro foi considerado o património material e natural. Depois foi atribuída relevância particular às paisagens culturais. Só posteriormente, na sequência de um processo de reconceptualização do conceito de património cultural é que foi considerado o património imaterial. No caso, o património imaterial tanto de valor universal como nacional, tem contribuído para o reforço das identidades nacionais, regionais e locais e para preservar os

valores culturais. Deve ser identificado, valorizado, e apropriado. Pode manifestar-se com base nas práticas e representações, quando reconhecidos pelas comunidades e grupos. Sobretudo tratando-se das sociedades modernas, multiculturais, o património imaterial pode contribuir para a reconstrução das identidades e para a preservação da memória colectiva. A nível regional e local, a activação patrimonial deve passar pela iniciativa do poder autárquico e pela participação dos agentes locais. No caso do turismo o património imaterial pode constituir, no âmbito da oferta turística, um factor nuclear e diferenciador. No caso português e, da Região de Lisboa, a cidade de Almada, deixou de ser uma área suburbana. Por iniciativa do Município local e através de um processo participado e criativo transformou-se num importante pólo de desenvolvimento e um destino turístico atractivo.

Palavras chave

Património imaterial, Turismo cultural, Lazer criativo, Oferta turística, Atracção turística, Diversidade Cultural, Identidade, Participação

Abstract

The heritage when considered by UNESCO with universal value can be inscribed on the World Heritage list being subject to recognition and personal protection. The cultural heritage should be practiced and learned in a dynamic process that is, inter alia, by revitalizing the practices and the reinvention of tradition. The relevance assigned to world heritage has been processed in a differentiated manner. The first was considered material and natural heritage. After was assigned particular relevance on cultural landscapes. Only later, following a process of reconceptualization of the concept of cultural heritage is considered immaterial heritage. In the case, the immaterial heritage of universal value both as national, has contributed to the strengthening of national, regional and local identities and to preserve cultural values. Must be identi-

fied, valued, and appropriate. Can arise on the basis of practices and representations, when recognised by communities and groups. Especially in the case of modern societies, multiculturals, the immaterial heritage can contribute to the reconstruction of identities and the preservation of the collective memory. Local and regional level, enabling patrimonial must pass by initiative of municipal power and by the participation of local actors. In the case of immaterial heritage tourism can constitute, within the framework of the tourist offer, a nuclear factor and differentiator. In the case of Portugal and of the Lisbon region, the city of Almada, ceased to be a suburban area. On the initiative of the local municipality and through a creative process participated and became an important pole of development and an attractive tourist destination.

Key words

Intangible cultural heritage, Cultural tourism, Creative leisure, Tourist offer, Tourist attraction, Cultural diversity, Identity, Participation

Introdução

O património cultural imaterial, associado à história e à memória, assume uma relevância muito significativa, nas áreas urbanas e nos centros históricos, com a emergência das sociedades modernas e pós-modernas e com a desagregação da vida comunitária, suscitando mudanças nos modos de vida, em termos de “extensividade” e “intensividade”. Adquire um carácter autónomo, tanto em relação ao património material como ao natural. No entanto, estas três dimensões da cultura manifestam-se, em regra, de forma correlacionada e interdependente. Acresce ainda que as actividades incrementadas para a revitalização dos centros históricos, processo esse que, a nível regional e local, decorre frequentemente sob orientação estratégica das entidades autárquicas, deve ser participado pela população e demais actores sociais, culturais, académicos, económicos e políticos, ser sustentável e, ter em conta o turismo, sobretudo quando considerado como área estratégica para o desenvolvimento. Importa notar, no caso do turismo, parafraseando Ianni (1996) que o mesmo para ser atractivo exige o reforço das particularidades regionais e locais, pela redescoberta da memória, da tradição e da identidade.

Estas afirmações enquadram-se nas reflexões que temos vindo a desenvolver, com o propósito de criar ou, até, recriar, um modelo de análise que possa ser aplicado a algumas realidades urbanas da Europa do Sul. Dir-se-á que estas questões integram o problema da pesquisa, que temos vindo a clarificar e que se apresenta agora nas suas linhas gerais.

Considera-se que a resposta ao problema de pesquisa deva, no caso, ser apoiado num modelo teórico credível, com uma dimensão universal mas contextualizável, tendo em vista a sua adequação a um mundo globalizado mas que considere as especificidades das culturas regionais e locais. Como é óbvio, a nossa reflexão parte de modelos de análise credíveis já utilizados, centrados na análise da cultura urbana, do património, do turismo cultural, tendo em vista um planeamento e uma gestão estratégicos dos ambientes urbanos nas cidades históricas

O conceito de património cultural tem vindo a ser aferido e apresenta novas configurações. No caso, pode afirmar-se que o mesmo pode ser entendido como uma dimensão da cultura que deve ser encarado tanto a “pensar no modelo de cidade” como no próprio planeamento urbano. Procuraremos apresentar, se bem que de uma forma sucinta, alguns desenvolvimentos conceptuais e mudanças observadas, bem como o seu fundamento.

A comunidade internacional, através da Organização das Nações Unidas para a Ciência e a Cultura (UNESCO), como organismo especializado da Organização das Nações Unidas (ONU), ao determinar, inicialmente, quais os bens patrimoniais de interesse universal a serem classificados, ou seja, de maior raridade e relevância, integrou apenas o património material, tangível, e o património natural.

No entanto, a UNESCO na sequência de um processo de construção cultural que implicou a adopção de um conjunto de directivas pertinentes veio a aprovar, em 2003, a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial. Tal iniciativa tem a maior relevância pois o património imaterial, quando activado, tem contribuído para o reforço das identidades nacionais, regionais e locais e para a preservação dos valores culturais, devendo estes serem identificados, valorizados, e apropriados. Pode manifestar-se de forma múltipla baseado, entre outros, nas práticas, representações, expressões, conhecimento e competências, quando reconhecidos pelas comunidades e grupos como parte do património cultural. São factores identitários enquanto referências comuns ao grupo e à comunidade.

No entanto, as questões identitárias não se revestem de valor absoluto sendo, antes, flexíveis, dinâmicas, como integrantes de uma cultura. No caso, as identidades pressupõem, segundo Jenkins (2008), identificações com carácter flexível, situacional e negociável. Ao falar-se de identidades como sendo um sentimento de pertença a uma comunidade dever-se-á considerá-las ainda, de acordo com a análise de Benedict Anderson (1991), como parte integrante de comunidades imaginadas. No caso, os membros da comunidade embora em regra não se conheçam, partilham referências comuns importantes. Acresce ainda que, o património imaterial, constitui também um recurso estratégico para a oferta turística, sobretudo de matriz cultural e para o lazer criativo.

No que respeita ao turismo pode considerar-se que o mesmo pode constituir um factor importante para a revitalização do património histórico, tangível e intangível, designadamente nos casos em que os bens culturais tenham caído em desuso, sejam abandonados e entrem em processo de degradação. A reutilização criativa do património caído em desuso pode desempenhar um importante papel na dinamização da vida colectiva urbana.

Considerando a diversidade dos motivos da frequência pelas populações locais dos espaços públicos e dos lugares históricos assim como da visita turística dos mesmos espaços e lugares, deve não só considerar-se a diversidade como encontrar respostas adequadas tendentes à satisfação dos utilizadores dos espaços e lugares de visita.

Objetivos

Com a presente trabalho pretende-se comprovar que o enquadramento por parte da UNESCO do património cultural imaterial como um tipo de bem a preservar e a salvaguardar, com idêntica dignidade e “estatuto” ao anteriormente atribuído ao património material e ao património natural, representa não só o preenchimento de uma lacuna por parte da comunidade internacional, através da referida organização especializada da ONU, mas principalmente o resultado de uma nova concepção de património. Pode dizer-se que tal iniciativa teve um carácter inovador apenas no que respeita à comunidade internacional. Na prática esta iniciativa veio ao encontro das práticas e manifestações simbólicas já observadas em muitas comunidades locais, sobretudo nos países em desenvolvimento. No caso, pode dizer-se que o património imaterial, mesmo sem um enquadramento normativo por parte das instituições internacionais e, até, das autoridades nacionais, foi desde sempre objecto de atribuição de um valor simbólico, de representações, como de manifestações, por parte das populações locais, como no caso das festas e dos rituais. Noutros termos, constituíram, desde os primórdios da humanidade, bens culturais que extravasaram o simples valor de uso, ou seja, ocupando um papel central na vida comunitária, dando-lhe significado e sentido. Pode dizer-se também que o património imaterial foi, desde sempre, um dos principais factores de preservação da memória individual, grupal e colectiva, contribuindo para as identidades regionais e locais, em convergência com a história local e, em consonância com os lugares de memória¹, facilitadoras da perpetuação da memória colectiva, lugares esses que se revestem de uma “aura” simbólica.

Como foi referido, a relevância do património imaterial, associado à tradição oral começou por ter, sob o ponto de vista histórico, maior evidência nos países do sul, em desenvolvimento, os quais, por tradição, baseavam a sua cultura na transmissão oral, intergeracional, dos respectivos valores culturais.

Com a modernidade, observam-se vários “fenómenos” como foram o caso das migrações do campo para as cidades, dos países do sul para os do norte, a emergência da multiculturalidade urbana, a democratização da cultura, o incremento da marginalidade e da exclusão social, o “reforço” das diáspora, daí resultando, com frequência, o declínio das identidades. Nos processos de patrimonialização e de activação patrimonial, acções essas que devem ser muito participadas, convém atribuir um papel relevante ao património material, tangível mas, torna-se cada vez mais imperativo ter atenção particular ao património imaterial, intangível, como recurso a potenciar. No caso, uma vez que as sociedades e os grupos nem sempre são detentores de um património material significativo dever-se-á dar “visibilidade” aos recursos imateriais, como bens culturais que são. Estas questões integram-se nos objectivos a prosseguir no estudo que temos vindo a realizar.

No trabalho que estamos a desenvolver temos, também, analisado um caso paradigmático de sucesso cultural, de boas práticas, em que foi trazida a cultura e a criatividade para o centro da reflexão sobre a cidade moderna e criativa, reflectindo-se tal concepção no planeamento e gestão cultural autárquico. A nossa reflexão tem incidido sobre o caso português e, em particular, sobre a Área Metropolitana de Lisboa. No caso, temos vindo a analisar as transformações observadas na cidade de Almada, contígua a Lisboa, na margem sul do rio Tejo. Pelas suas características e grande proximidade da cidade de Lisboa, corria o risco de ser apenas uma área suburbana,

¹ Este conceito mereceu a atenção particular de Pierre Nora, o qual dirigiu a publicação de uma obra de referência com o título genérico de “les Lieux de Mémoire”, publicada em 7 volumes. A Editora Gallimard divulgou em 1997 uma edição em 3 volumes da qual se destaca o primeiro volume por se explorar, no mesmo, o referido conceito.

um dormitório da cidade de Lisboa, um lugar sem expressão cultural e, também, turístico. Deve notar-se que a Sub-região da Grande Lisboa, centrada na cidade e município de Lisboa, com mais oito municípios situados a norte do Rio Tejo, constituiu sempre o principal pólo centralizador e de desenvolvimento regional, o que se aplica também à cultura e ao turismo.

Metodologia

O presente trabalho incide sobre uma das cinco cidades que têm sido objecto de reflexão teórica por parte de uma equipa de investigadores, da qual fazemos parte, com formações académicas muito diversificadas, mas com interesses convergentes, que têm trabalhado no quadro de uma rede internacional. No caso, existe um interesse comum pelo estudo das cidades históricas, situadas nas periferias das grandes metrópoles, com destaque para o caso de Lisboa. A cidade de Almada (sede do município com o mesmo nome) constitui uma das cidades situadas a sul do rio Tejo que tem merecido uma atenção particular. Almada pertence à Área Metropolitana de Lisboa e à Sub-Região da Península de Setúbal. A nossa pesquisa visa encontrar um modelo de análise multicritérios que nos permita “diagnosticar” e aferir das áreas estratégicas de intervenção cultural que têm contribuído de forma decisiva para que cidades periféricas, como no caso de Almada, ultrapassem os seus constrangimentos decorrente do respectivo posicionamento geográfico (cidades históricas de áreas suburbanas), afirmando-se como centros de cultura, com reflexos na qualidade de vida das populações e impactes também positivos no que respeita à atractividade turística. Como ponto de partida consideramos que uma intervenção de base cultural para ser bem sucedida, salvaguardando os aspectos contextuais, deve ter por base um planeamento e gestão criativos, com observância da diversificação de actividades e de pólos de desenvolvimento, e privilegiando, por um lado a participação e, por outro, a integração em redes internacionais. Como é óbvio o perfil da população local bem como dos turistas e excursionistas constituem indicadores a considerar. Acresce ainda deverem ser inventariados e potenciados os respectivos recursos, como é o caso do património imaterial. Quanto ao nosso processo investigativo, assumimos que estamos numa fase exploratória da pesquisa. Temos vindo a realizar pesquisas bibliográficas e documentais tendo em vista um conhecimento mais aprofundado da realidade em análise e como base para um “diagnóstico” da situação actual. Trata-se de uma realidade complexa, multicultural, com grande densidade história, com um património que foi sendo “construído” ao longo do tempo, no caso arqueológico, histórico, industrial e simbólico.

1. O Património cultural imaterial: tradição e expressão de vida nas sociedades complexas

A comunidade internacional, através da Organização das Nações Unidas para a Ciência e a Cultura (UNESCO), como organismo especializado da Organização das Nações Unidas (ONU), ao determinar, inicialmente, quais os bens patrimoniais de interesse universal a serem classificados, ou seja, de maior raridade e relevância, integrou apenas o património material, tangível, e o património natural. Por seu turno, constata-se que o reconhecimento pela UNESCO do Património cultural imaterial, isto é, o seu enquadramento formal por parte da comunidade internacional, sendo considerado como podendo ter valor excepcional, ocorreu em 2003, através

da Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial. No entanto, deve ser salientado que a referida Convenção foi o culminar de um processo iniciado anteriormente e que passou, entre outros pela Conferência do México, em 1982, onde foi formalmente utilizado pela primeira vez, no âmbito da ONU, o termo Património Imaterial. Pode dizer-se que se deu início a um novo discurso sobre o património. Em linhas gerais considera-se, na referida Convenção que “o Património cultural imaterial significa as práticas, as representações, as expressões, o conhecimento, as competências assim como os instrumentos, os objectos, os artefactos e os espaços sociais associados que as comunidades, os grupos e, nalguns caso, os indivíduos reconhecem como parte do seu património cultural” (Cf. Convenção de 2003). Alguns aspectos da Convenção devem ser destacados. Um deles prende-se com o processo de transmissão oral inter-geracional. Outro elemento de destaque é o reconhecimento da importância da recriação pelas comunidades e grupos, nos processos de interacção com a natureza e a história, elementos esses que lhes permite atribuir um sentido identitário.

Importa notar também que algumas das atracções culturais podem perder o seu carácter atractivo dando lugar a outros motivos de atracção. No caso, Dallen e Boyd (2003: 21) com base em Johnson e Thomas (1995) referem-se às mudanças que se podem operar na oferta de atracções culturais:

“The supply of heritage attractions can be changed in two basic ways. First, it can be widened. For example, new sites may be discovered, and sites that were not seen previously as significant attractions can be designated as such. Second, the supply can be deepened. This refers to the enhancement of existing attractions through actions like adding a visitor centre or bringing in additional relics and buildings to augment what already exists”.

Nas sociedades complexas a questão do Património Imaterial assume uma importância acrescida. No caso, regista-se um incremento dos processos migratórios e subsequente sedentarização, processo esse que implica a criação de comunidades multiculturais, situação essa que se observa, designadamente, nos países da Europa do sul, como Portugal, pelo que as comunidades e, em particular, as minorias étnicas, tendem a sofrer, com frequência, as consequências da perda das suas referências culturais. No entanto, no caso de muitas comunidades multiculturais as autoridades locais têm vindo a salvaguardar a diversidade cultural pelo respeito das culturas das minorias. No caso da culinária, realizam-se com frequência mostras que evidenciam tal diversidade cultural. Na óptica do turismo tem sido considerado por muitos autores que a cultura local, associada aos modos de vida das populações, constitui o elemento básico para muitos destinos turísticos. Para Dallen e Boyd (2003: 33):

“Many other forms of intangible living heritage play an important role in the tourism attraction base, either as major attractions themselves or as ancillary attractions at large, more visible tourist sites”.

Os autores em epígrafe apresentam como paradigmas deste tipo de atractivos turístico o caso das danças e das celebrações culturais, com grande prevalência, como referem, em alguns destinos asiáticos.

2. O Património Imaterial urbano face à memória e à história

Pode dizer-se que nos processos de revitalização da memória colectiva, o património imaterial pode desempenhar um papel fundamental. Tal importância é destacada pela UNESCO como foi sublinhado mas, para além disso, manifesta-se a nível dos países e regiões. Considera a UNESCO que o património cultural imaterial é “salvaguardado fundamentalmente através da criatividade e da representação pelos agentes das comunidades que o produzem e mantêm”² Acresce ainda, segundo Ballart Hernández e Tresserras (2001) que não se pode deixar de considerar o património cultural como o resultado da herança cultural mas, fundamentalmente, como uma construção humana:

“Hoy coincidimos que patrimonio - patrimonio histórico, patrimonio cultural y patrimonio natural – es una construcción cultural y como tal sujeta a cambios en función de circunstancias históricas y sociales”.

É de notar que os referidos autores também fazem referência às configurações do patrimonio colectivo nas sociedades modernas. No caso destacam o seguinte:

“...a sociedade moderna ha elaborado su propia versión de patrimonio colectivo, incluyendo bienes culturales y naturaleza, y presuponiendo la existencia de un patrimonio de toda a humanidad”.

A atribuição pela comunidade internacional de um valor extraordinário a alguns bens culturais que, apesar de pertencerem ao património de um dado país por lhes ser atribuído um valor excepcional, resulta de uma nova concepção do património associada à sua preservação. No entanto, para além do património considerado como de valor extraordinário existe toda uma diversidade de bens patrimoniais, porventura com menor relevância a nível internacional, com escalas diversas, que apresentam para os países, regiões, cidades, cultura local, relevância significativa, designadamente no âmbito do turismo. Entre os autores que têm vindo a aferir estes conceitos ligados ao património cultural e sua diversidade merece particular destaque Llorenç Prats (2005: 4). Este autor faz referência ao “património local” e, ainda, como parte integrante do mesmo, o “património localizado”. Segundo Llorenç Prats o património local integra aqueles bens culturais que “desde el punto de vista de la construcción social del patrimonio (...) no tiene por qué presentar diferencias substantivas respecto a otros ámbitos de construcción patrimonial”. Trata-se, no essencial, de bens culturais de relevância restrita que, em regra, não suscitam, sob o ponto de vista turístico, um afluxo muito significativo de visitantes.

Para além da história, tanto a memória individual como colectiva podem contribuir de forma significativa para dar sentido à vida das comunidades designadamente pela rememoração individual e colectiva de experiências e vivências do passado. No entanto, mesmo no que respeita à memória, tanto individual como colectiva, apresenta algumas limitações que importa notar. No caso, Beramendi e Jesuz Baz (2008-14/15), na introdução que elaboraram para um trabalho colectivo com contributos para um congresso da Associação de História Contemporânea sobre o tema “Memória e Identidades” referem que a memória colectiva é muito heterogénea em resultado da

2 Cf. UNESCO (2001). ““Action Plan for safeguarding of ICH [Intangible Cultural Heritage] as approved by the international experts on definitions”, documento apresentado pela UNESCO em Turim, em Março de 2001

diversidade das vivências dos sujeito. Reveste-se também de grande selectividade, em resultado das experiências e dos interesses existentes. Pode não ser o resultado de experiências vividas. A memória também é heterogénia pela diversidade das vivências, daí a utilização pelos cientistas sociais das chamadas triangulações, com base numa multiplicidade de informantes, quando da realização de entrevistas. O carácter perecível da memória por resultar de um processo de transmissão oral, constitui outro aspecto assinalado pelos referidos autores. Pode afirmar-se também que não existe um consenso sobre a questão da memória. Por exemplo, um dos autores de referência, Maurice Halbwach (1950) diz-nos que toda a memória é social. A memória não se confunde com a história. São ambas narrações do passado que, embora próximas, apresentam dimensões distintas. Importa sublinhar que a história e a memória devem estar presentes mesmo quando se pretenda redescobrir ou recriar uma dada realidade.

3. Turismo e Revitalização Criativa de Ambientes Urbanos

Refere Margarita Barretto (2000: 32) que o turismo pode contribuir para a revitalização do património histórico, afirmação essa sustentada em Mathiesen et Wall (1982). Os referidos autores já tinham evidenciado, nos anos 90 do século XX, que o turismo, não obstante possuir algum carácter predatório da natureza, contribui de forma significativa, como referem, para a revitalização histórica. No caso, Margaritta Barreto transcreve o seguinte:

“...o turismo estimulava a existência e a reabilitação de sítios históricos, construções e monumentos, por meio de sua transformação em recurso recreacional, e que também propicia a revitalização de actividades tradicionais de áreas em declínio, a redescoberta de sítios com propriedades específicas e de cidades históricas, estimulando a transformação de antigas habitações em acomodações turísticas, mantendo a estrutura e as características tradicionais”.

Pode dizer-se que o processo de revitalização histórica determina, frequentemente, o crescimento turístico, sabendo-se que o património e a herança cultural, constituem elementos nucleares da oferta cultural, potencia-dores do incremento da procura.

No que se refere à procura por parte dos “turistas do cultural”, deve ter-se em conta, segundo expressão de Agustin Santana (2003: 67) que a oferta cultural constitui, muitas vezes, um pretexto e, não propriamente, um motivo fundado para a visita:

“Sin embargo, muchos consumidores ociosos del patrimonio cultural no lo buscan en primera opción. Son visitantes que utilizan el sistema turístico para relajarse, disfrutar del clima, descansar, o simplemente cambiar el ritmo impuesto en su vida cotidiana. Estos llegan al patrimonio simplemente porque está en su camino o, más, aún, por lo que en prestigio social supone hablar y/o demostrar la visita a tal o cual entidad de valor sociocultural reconocido. Es preciso ser sinceros y reconocer que este tipo de turista es más numeroso visitante del patrimonio cultural a nivel global”.

A afirmação de Santana constitui uma chamada de atenção para a complexidade dos motivos para a deslocação turística e para não sermos influenciados pela aparência, no caso, quando o património cultural se configure como a principal razão da visita.

Daí resulta a necessidade de uma avaliação correcta dos motivos da visita e quais os principais fundamentos. Uma avaliação correcta do perfil dos turistas e excursionistas permitirá uma melhor adequação entre a oferta e a procura.

4. Turismo e Cultura na Região de Lisboa

A Região de Lisboa constitui uma Área Metropolitana, que regista a concentração populacional mais significativa do país (cerca de ¼ da população portuguesa). Tendo como principal pólo de desenvolvimento a cidade de Lisboa, a capital do país, integra duas sub-regiões ficando uma a norte do rio Tejo e outra a sul. A primeira, a da “Grande Lisboa” integra nove municípios, entre os quais o de Lisboa e, a sul do Tejo, a sub-região da “Península de Setúbal”, também com nove municípios, um dos quais o de Almada. No caso da margem sul observa-se, como se comprova pelo “Atlas da Área Metropolitana de Lisboa” documento publicado sob a coordenação de José António Tenetório (2003), uma distribuição assimétrica da população pois a concentração mais significativa verifica-se nos aglomerados situados na frente ribeirinha do Tejo, tendo alguns lugares mais de 5000 habitantes (Cf. Tenetório (coord.): 2003). Outra característica marcante é assinalada no referido documento, a da suburbanização. Considera-se, no caso, que têm sido as freguesias mais periféricas a Lisboa a resistir melhor a essa tendência.

No caso de Portugal e, em particular, da região de Lisboa, o turismo tem uma importância estratégica pela sua capacidade de criar riqueza e emprego. Tal facto é referenciado num dos principais instrumentos de planeamento do sector a nível nacional, ou seja, o Plano Estratégico Nacional do Turismo, incrementado em 2007 para aplicação até 2015.

Pode dizer-se que em Portugal os resultados observados em 2010 quanto as indicadores turísticos como no caso da frequência turística (número de hóspedes dos estabelecimentos hoteleiros), confirmando-se que aumentou em todas as regiões (com excepção do caso da Madeira). A frequência da Região de Lisboa é a mais significativa no país, seguindo-se a região do Algarve.

A Figura 1 onde se excluiu os territórios insulares da Madeira e Açores, ilustra o posicionamento das regiões portuguesas quanto ao número de dormidas registadas por região. Acresce ainda, quanto à capacidade de alojamento que é o Algarve que detém uma posição de destaque, sendo a Região de Lisboa a segunda. Verifica-se que a frequência turística da cidade de Lisboa não é acompanhada por um número equivalente de dormidas (Figura 1) o que pode estar associado à sua capacidade de alojamento (Figura 2).

O Algarve ocupa um papel de destaque no que respeita à visita turística e à ocupação dos meios de alojamento existentes sendo de notar que o turismo balnear continua a ter um papel muito significativo no caso português. É de notar que muitos turistas procuram diversificar a sua visita pela deslocação a diversas regiões e, também, os motivos da visita. Deste modo o turismo balnear aparece associado, frequentemente, ao turismo cultural ou ao turismo de natureza.

A nível nacional considera-se, entre outros, como factores diferenciadores, na oferta turística de valor, a “História, a cultura e a Tradição”.

Entre os produtos turísticos considerados estratégicos, num total de quinze, encontram-se o turismo de “Sol e Mar”, de “Negócios”, de “Natureza”, “Náutico”, de “Saúde e Bem-estar”, o “Golfe”, assim como os “Resorts integrados” e o “Turismo Residencial”. Mais direccionados para as questões da cultura encontramos o “Turismo

Cultural e Paisagístico”, o Turismo de Natureza”, “a Gastronomia e Vinhos” (com referência a museus/caves de vinho entre outros), e o chamado “City Break”.

A Região de Lisboa beneficia de forma significativa da sua situação geográfica. No caso, um número expressivo de concelhos são “ribeirinhos” pois, sendo costeiros, têm ligação directa ao estuário do Tejo. Foi entendido pelo PENT que o desenvolvimento da Região de Lisboa deveria ter lugar, entre outros, pela capitalização do estuário do Tejo, sendo, no caso, a referida região, tal como a do Algarve, prioritária para efeitos de investimento no Turismo Náutico. Para além disso, os concelhos “ribeirinhos” do Tejo se por um lado estão associados ao transporte marítimo de proximidade, sob o ponto de vista histórico, estiveram também ligados, em maior ou menor grau, aos descobrimentos. Daí resulta uma memória histórica que tem vindo, de forma acrescida, a ser potenciada. Tais recursos têm vindo a constituir factores acrescidos de atractividade turística.

A Região de Lisboa tem, como principal produto turístico, o “City Break”, ou seja, uma frequência turística centrada no lazer e baseada em estadias curtas.

5. Almada e seu Património Imaterial na Revitalização Criativa das Zonas Históricas

A cidade de Almada está situada em frente a Lisboa que, para além de ser a cidade capital do país, detém a maior concentração populacional da região. Almada tem uma população da ordem das 170000 pessoas (veja-se a Figura 3), e possui um total de 11 freguesias, ocupando uma área de 70,5 Km² (a área média das freguesias é de 6,4 Km²). A densidade populacional é de 2300 hab/Km². A cidade de Almada começou por ser uma área suburbana da capital embora, sob o ponto de vista histórico, tenha, paradoxalmente, tido alguma importância em resultado dessa proximidade.

Na cidade e em particular na chamada “Almada velha” encontramos múltiplos achados arqueológicos. Da época medieval foi possível pôr a descoberto um celeiro medieval. A zona histórica da cidade foi também, ao longo da história, objecto da fixação de actividades indústrias, daí a construção de muitos armazéns (de vinho e azeite nos séculos XVIII e XIX), instalados, preferentemente, na zona do Ginjal (freguesia de Cacilhas). Durante a monarquia as famílias nobre, fixaram residência em Almada dada a proximidade de Lisboa e da Corte, onde erigiram os seus palácios e solares. Alguns edificios emblemáticos da zona histórica têm sido objecto de reutilização, sendo de notar que a cultura predomina nos novos usos, como acontece com a “Casa da Cerca”, hoje Centro de Arte Contemporânea.

Algumas linhas estratégicas podem ser destacadas do Plano Director Municipal de Almada como a criação de novas centralidades, a criação de pólos culturais em edificios rehabilitados de valor patrimonial, e a formação de agentes culturais para o movimento associativo, entre outros.

A sul de Cacilhas situa-se a Margueira, local onde foram instalados os estaleiros navais da Lisnave, agora desactivados, espaço esse que, ao longo do tempo, foi também ocupado por armazéns, uma fábrica de produtos químicos e estabelecimentos de fabrico de cortiça, entre outros. Pode dizer-se que Almada e Cacilhas em particular foram espaços de história e de memória pelo que detêm um património cultural muito significativo, a começar no seu castelo, com palácios, igrejas e, ainda, instalações e equipamentos ligados à pesca e à industria naval. No entanto, o património construído foi objecto de um processo de degradação. A degradação do património foi

acompanhada por um processo migratório interno intenso das freguesias urbanas, a começar pelas zonas históricas, para as freguesias mais rurais (Caparica, Pragal e Charneca da Caparica). No entanto, esse processo tem sido contrariado por iniciativas por parte das entidades públicas competentes para a recuperação do património construído e a revitalização das zonas históricas, sem esquecer os espaços públicos. No caso, a relação entre ambiente e cultura é estreita. A criação de um parque urbano em Almada é exemplificativa da atenção dada ao ambiente. Para facilitar as deslocações dos residentes foi criado um “metro” de superfície que, tendo dois percursos, facilita a ligação entre as freguesias do concelho. Em breve será requalificada pela autarquia a avenida central do núcleo histórico, acção essa que visa, segundo a autarquia, a valorização do património construído, a investigação sobre a história local, a reconversão de edifícios singulares, e a valorização do espaço público. Pode dizer-se que por parte do município de Almada tem havido um esforço significativo de revitalização do património. A cultura ocupa um papel central e o turismo constitui uma área estratégica a desenvolver. Com o concurso da Escola Superior Hoteira do Estoril foi elaborado o Plano Estratégico de Valorização e Desenvolvimento do Turismo do Concelho de Almada (PEVDTCA). No referido documento são apresentadas algumas ideias inovadoras como o Museu do Estuário do Tejo, o alojamento criativo com um quarteirão das artes, assim como uma pousada das letras. Para além dos turistas que frequentam as unidades hoteleiras da cidade, as visitas turísticas têm vindo a aumentar significativamente. Segundo dados facultados pelos serviços de turismo da Câmara Municipal de Almada, o número de visitantes que recorreram ao posto de turismo de Cacilhas para obtenção de informações, em 2010, foi de quase 8000 (7973) visitantes. Desses, 4014 pessoas eram estrangeiras. Para além do património existente, a cidade tem vindo a incrementar uma intensa actividade cultural em que se tem explorado, designadamente, as artes de rua. No entanto, o Festival de Teatro da Almada tornou-se um elemento paradigmático na oferta cultural, representando um factor de atracção de visitantes.

A cidade de Almada tem procurado tornar o seu espaço público mais atractivo através da distribuição pela cidade de um conjunto significativo de obras de arte pública, cerca de meia centena, em muitos casos da autoria de artistas locais.

O desenvolvimento de Almada está condicionado por alguns factores históricos. Algumas razões foram invocadas para que a “Vila de Almada” viesse a ser classificada como cidade, com destaque para o grande desenvolvimento urbanístico e demográfico. A elevação à categoria de cidade ocorreu em 16 de Junho de 1977 (Decreto lei nº 308/73), ou seja, após a queda do regime político do Estado Novo. Apesar do crescimento da referida cidade ser anterior, dever-se-á associá-lo, pelo impacto que tiveram na economia da região, à inauguração da ponte sobre o Tejo (hoje designada por 25 de Abril) e, à Margueira, pela instalação, em 1967, dos estaleiros navais da Lisnave.

Observou-se um crescimento rápido da cidade, como centro administrativo e industrial, contíguo à cidade de Lisboa, sofrendo também os efeitos dos movimentos pendulares por parte dos que trabalhavam em Lisboa, mas residiam em Almada. Esse processo suscitou problemas significativos associados ao crescimento rápido e não controlado, como a carência de infraestruturas, urbanísticas, dando origem ao envelhecimento da habitação, designadamente nas zonas históricas e, ainda, ao aparecimento de construção clandestina, criando os chamados “bairros de lata”. No caso, Almada poderia ter assumido as características de um “não-lugar” deixando de ser um ponto identificatório, relacional e histórico, como referido por Manuel Delgado (1999), com base no conceito introduzido por Certeau e tornado conhecido por Augé. De facto, a cidade de Almada tem contrariado a tendência para se tornar numa periferia da grande cidade que é Lisboa. Tem vindo a incrementar uma série de medidas, integradas num planeamento estratégico em que a cultura assume um papel central. A autarquia de Almada num

processo muito participado, com o envolvimento de um número significativo de agentes regionais e locais, com destaque para as associações locais, tem vindo a criar uma dinâmica que merece destaque. Para evitar a criação de assimetrias tem-se procurado diversificar os pólos de desenvolvimento pela distribuição equilibrada dos equipamentos e das infraestruturas básicas. A parte histórica de Almada situa-se, fundamentalmente, na freguesia de Cacilhas. Pode dizer-se que Cacilhas “começa” no extremo nordeste do Concelho, ou seja, no porto com a referida designação. No caso, Pereira de Sousa (1985: 92) destaca a importância do porto de Cacilhas sob o ponto de vista humano e económico:

“Sendo o melhor porto natural da região de Almada e considerando a sua proximidade de Lisboa é legítimo supor que desde tempos remotos tenha sido local de movimento de embarcações de transporte e de pesca e portanto lugar de povoamento intenso”.

Para além de todo um património histórico que foi sendo criado em Cacilhas, sobretudo pelo facto de aí residirem, durante a Monarquia, muitas famílias ilustres, também se foi sedimentando uma actividade económica significativa como aquela ligada ao sector agrícola:

“É pelos séculos XVII e XVIII que aparecem os grandes armazéns de vinhos e de azeites em Cacilhas, principalmente ao longo do Ginjal, correspondendo ao apogeu da cultura da vinha na região de Almada”.

A cidade de Almada possui uma oferta hoteleira que tem aumentado de forma significativa, sendo de notar que as suas unidades hoteleiras têm sido instaladas em áreas diversas do município, tendo em vista a referida diversificação dos pólos de desenvolvimento regionais.

A Carta de Almada elaborada na sequência de uma reunião realizada pela Rede Ibérica Temática “Public Art and Urban Design Observatory” (PAUDO) na cidade de Almada em 2006, iniciativa essa a que a Câmara Municipal de Almada se associou, visa promover o intercâmbio das experiências e boas práticas, como a investigação e inventariação da Arte Pública. Pretende-se vir a constituir o Museu Europeu Virtual de Arte Pública.

O Plano de Urbanização da Frente Ribeirinha nascente da Cidade de Almada, foi adjudicado num concurso internacional, ao consórcio formado pela Atkins, Richard Rogers Partnership e Santa-Rita Arquitectos. O estudo incide sobre uma área de 115 ha, abrangendo Cacilhas, a norte, e a Cova da Piedade, a sul. Abrange os antigos estaleiros da Margueira (Lisnave). Trata-se de um “brownfield” que permitirá dinamizar uma área que caiu em desuso. Pretende-se criar uma comunidade urbana para o século XXI, ou seja uma área habitacional de qualidade mas, mais do que isso, requalificar uma área urbana degradada procurando valorizar a identidade local e as memórias colectivas. Pretende-se que seja um lugar de cultura e de conhecimento. Com este projecto procura-se também atenuar a relação de dependência relativamente a Lisboa. Para além da criação de museus ligados às actividades económicas da região (como o museu da indústria naval), no projecto prevê-se também a criação de um centro de música e artes. Para além deste projecto dever-se-á referir, por se tratar de um espaço também degradado, o Plano de Pormenor do “Cais do Ginjal” que permitirá requalificar um território que constituía um espaço histórico industrial.

Conclusões

A existência e activação do património cultural material, sobretudo em áreas urbanas, constitui, frequentemente, um factor identitário para as populações locais e, simultaneamente, diferenciador e nuclear para o incremento da actividade turística. No entanto ficou claro que, para além do património material, nas sociedades modernas e pós-modernas, o património imaterial veio a assumir um papel decisivo, tanto para as populações locais e facilitador do incremento das actividades turísticas. De qualquer forma, mesmo tratando-se de comunidades que não tenham um património construído significativo, devem as autoridades locais, com a colaboração dos agentes regionais e locais, com destaque para a população, incrementar acções com base em planos credíveis que respeitem e salvaguardem a sustentabilidade, devendo ser inventariados e activados os recursos intangíveis. As tradições orais consubstanciadas em festas, rituais e outras acções e manifestações que se baseiem na memória colectiva podem constituir elementos identitário importantes para a preservação e a revitalização da memória colectiva, tratando-se, com frequência, de sociedades multiculturais, o que constitui, por um lado, um factor de coesão social e identitário para as populações locais e, por outro, um referente cultural diferenciador que pode transformar-se em atractivo turístico. Neste quadro, a gastronomia pode constituir também um importante elemento cultural.

No que respeita às regiões portuguesas foi privilegiada, na análise, a Área Metropolitana de Lisboa, que sendo embora um importante pólo desenvolvimento a nível nacional reveste-se, no entanto, a nível regional, de marcada assimetria com prevalência para a cidade de Lisboa e para os municípios situados na margem norte do rio Tejo. Essa assimetria manifesta-se em termos económicos mas também no que respeita à actividade turística. No entanto, os municípios situados a sul do Tejo têm vindo a adquirir um papel mais activo, deixando de ser meros subúrbios do grande centro que é a cidade de Lisboa. Um desses municípios, o de Almada, constitui um exemplo paradigmático que demonstra que, na dinamização da actividade cultural, o património imaterial pode contribuir de forma significativa para a dinamização das actividades colectivas, em particular no espaço público, e conseqüentemente para o desenvolvimento urbano. Na revitalização das zonas históricas de Almada tem-se vindo a ter em conta tudo aquilo que está associado à festas, à recuperação das tradições, tendo em vista a activação patrimonial em que a história e a memória são factores recorrentes. Acresce ainda que a qualidade de vida da população de Almada é um preocupação das entidades autárquicas, as quais procuram também que a cidade seja visitada, ou seja, se torne uma cidade aberta, criativa, turística.

Referências

- Agier, Michel (2009). *Esquisses d'une Anthropologie de la Ville. Lieux, situations, mouvements*. Anthropologie Prospective n° 5,. Louvain-La-Neuve: Academia Bruylant
- Amirou, Rachid (2007). *Imaginário Turístico e Sociabilidades de Viagem*. Porto: APTUR.
- Anderson, Benedict (1991). *Imagined communities: Reflections on origin and spread of nationalism*. Londres: Verso
- Ballart Hernández, Josep e Tresserra, Jordi J. (2005). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel
- Barreto, Margaritta (2000). *Turismo e Legado Cultural*. Papyrus Editora. Campinas
- Bauman, Zygmunt (2007a). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica
- Bauman, Zygmunt (2007b). *Tiempos líquidos. Vivir en la época de incertidumbre*. Barcelona. Tusquets Editores
- Bauman, Zygmunt (2010). *Mundo consumo. Ética del individuo en la aldea global*. Barcelona: Paidós
- Beramendi, Justo e Jesús Baz, Maria. (2008). *Identidades u Memoria Imaginada*. Universidade de Valência
- Candau, Joel. (1998). *Mémoire et Identité*. Paris: PUF
- Delgado, Manuel (1999). *El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Editorial Anagrama
- Ferry, Jean Marc et al. (1998). *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona: Gedisa
- Flores, Alexandre M. (2003). *Almada na História da Indústria Corticeira e do Movimento Operário (1860-1930)*. Almada: Câmara Municipal de Almada
- Gomes, Rui Telmo e tal. (2000). *Públicos do Festival de Almada*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- Hartley, John (ed.). *Creative Industries*. UK: Blackwell Publishing
- Hughes, Howard (2005). *Artes, Entretenimento e Turismo*. São Paulo: Roca
- Ianni, Octavio. (1996). *Teorías de la Globalización*. Mexico: Siglo XXI
- Jenkins, R. (2008). *Social Identity (3rd Ed.)* New York: Rowledge
- Johnson, P. e Thomas, B. (1995). "Heritage as business", em D.T. Herbert (ed.). *Heritage, Tourism and Society*. Londres: Mansell
- Kastorvani, Riva dir. (2005). *Les codes de la diférence. Race-Origine-Religion. France-Allemagne-États-Unis*. Paris: Science PO
- Khaznadar, Chérif (2004). "Patrimoine Culturel Immatériel: Les Problématiques". *Internationale de l'Imaginaire* n° 17. Arles; Babel
- Leask, Anna e Fyall, Alan (2006). *Managing world heritage sites*. Oxford UK: Elsevier
- Lowenthal, David (1998). *El pasado es un país extraño*. Madrid: Akal

- Manito, Félix (ed.). (2009). *Ciudades Creativas*. Vol. 1. Barcelona: Fundação Kreanta
- Mathiesen, A e Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*, Harlow: Longman
- Nogés, Antonio Miguel. (2003). *Cultura y Turismo*. Sevilla: SignaturaDemos
- Nora, Pierre (dir.) (1997). *Les Lieux de mémoire*. Malesherbes: Gallimard
- Richards, Greg ed. (2007). *Cultural Tourism. Global and Local Perspectives*. NY e London: Routledge
- Santana Talavera, A. (2003). “Mirar y Leer: Autenticidad y Patrimonio Cultural para el Consumo Turístico”. Em A.M. Nogués Pedregal (coord.). *Cultura y Turismo*. Sevilla: Signatura Demos.
- Sigala, Marianna e Leslie, David (2005). *Cultural tourism. Management, implications and cases*. Oxford UK: Elsevier.
- Smith, Laurajane e Akagawa, Natsuko. (2009). *Intangible Heritage*. Londres: Routledge
- Tenetório, José António (Coord.) (2003). *.Atlas da Área Metropolitana de Lisboa. Área Metropolitana de Lisboa*
- Timohy, Dallen J. e Boyd, Stephen W. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Prentice Hall
- Troitiño Vinuesa, Miguel Angel (2000). “Ciudades Históricas, Turismo y Desarrollo Sostenible”. *Encuentros sobre Patrimonio. Debates sobre Arte*. Madrid: Argenteria
- Vieira, Aires de Passos (2006). *Conheça o Passado Histórico da Região onde Vive. Sociedade, População, Saúde e mentalidade dos Concelhos de Almada e Seixal no Séc. XVII*. Lisboa: Edições Colibri

LA CIUDAD VIVIDA

Vida cotidiana en la ciudad.
Los barrios. El asociacionismo.
Seguridad, movilidad y libertad.



LA CIUDAD CREADA POR LOS NIÑOS. LA EXPERIENCIA DE LOS PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS INFANTILES EN LOS MUNICIPIOS ESPAÑOLES

Conchi Campillo Alhama

Profesora Dpto. Comunicación y Psicología Social

Facultad CC. Económicas y Empresariales. Universidad de Alicante. Campus San Vicente del Raspeig Ap-99. 03080 Alicante

Tlfn: 96 590 34 00 ext. 2592

Email: concepcion.campillo@ua.es

Resumen

Los presupuestos participativos representan un proceso de participación popular en la gestión del municipio, mediante el cual la ciudadanía puede proponer y decidir sobre el destino de parte de los recursos municipales, junto con los responsables político-administrativos de los ayuntamientos. Así, la ciudadanía se implica en este proceso para definir cuáles son sus principales necesidades, demandas o preocupaciones básicas, priorizando aquellas que considera de mayor relevancia para incluirlas en el correspondiente presupuesto anual de su municipio. Se erige, por tanto, en un instrumento básico para desarrollar en toda su extensión una verdadera democracia participativa. No obstante, a partir del contexto propio de cada municipio, su creciente aplicación exige el diseño de diversos modelos o procedimientos eficientes que permitan concretarlos. Este contexto se define, entre otras cuestiones, por la voluntad explícita del gobierno municipal, el rol que asumen los movimientos ciudadanos o la propia trayectoria participativa del municipio.

En este proceso es posible plantear diferentes experiencias de reflexión colectiva en la que tengan cabida no sólo los diferentes sectores que representan el tejido social, político y económico de un municipio, sino también determinados segmentos, colectivos o grupos, como es el caso de la población infantil, que “vive la ciudad” que han recibido y que ha sido gestionada por los adultos. Por lo tanto, resulta pertinente, a partir de este planteamiento, que se abran posibles vías de participación que permitan a los niños implicarse en la elaboración de los presupuestos de su municipio, desde una orientación basada en la educación ciudadana, promoviendo acciones que fomenten su toma de decisiones y la deliberación como forma de aprendizaje de la práctica democrática

En esta propuesta realizaremos una revisión de varias experiencias de participación infantil a través de los presupuestos participativos municipales, analizando el índice de compromiso e implicación de este colectivo en diferentes contextos municipales.

Palabras clave

Participación, presupuestos, infantil, gestión, municipal, colectividad

Abstract

Participatory budgets represent a process of popular participation in municipal management by which citizens can propose and decide on the fate of municipal resources along with political and administrative officials of the municipalities. Thus, citizenship is involved in this process to define what their main needs, demands or basic concerns, prioritizing those considered most important for inclusion in the annual budget for the municipality. It stands, therefore, a basic tool to develop to its full extent a genuine participatory democracy. However, from the circumstances in each municipality, its increasing application requires the design of various models or efficient procedures, capable of achieving. This context is defined, *inter alia*, by the explicit will of the municipal government, the role assumed by citizens' movements or municipality participatory own path. In this process it is possible to discuss

different experiences of collective reflection in which they have not only accommodate the different sectors that represent the social, political and economic of a municipality, but also certain segments, groups or groups, such as population children who "live the city" who have received and has been managed by adults. So, it is appropriate, since this approach, to open avenues of participation that allow children to be involved in developing the budgets of the municipality, from an orientation based on citizenship education, promoting actions that encourage decision-making and deliberation as a way of learning the democratic practice.

This proposal will make a review of various experiences of child participation through municipal participatory budgeting, analyzing its strategic objectives and establishing a classification of such processes.

Key words

Participation, budgeting, child, management, municipal, community

Introducción

Dentro de las estrategias relacionales y de participación ciudadana que acometen los municipios para avanzar en su *status* democrático, los presupuestos participativos representan una actividad sumamente relevante. Representan una herramienta de planificación participativa de la gestión municipal basada en una orientación relacional neopública. En este contexto, los responsables político-administrativos diseñarán modelos específicos que se adapten a las características y singularidades del ente territorial y de sus variables contextuales, desde la voluntad explícita del gobierno municipal, el rol que asumen los movimientos ciudadanos más consolidados o la propia experiencia desarrollada por el municipio en participación ciudadana. La reflexión que nos planteamos es si la población infantil, como colectivo social, debe implicarse en la elaboración de los presupuestos de su municipio, al igual que sucede con otros colectivos sectoriales, desde una orientación basada en la educación para la ciudadanía. En este estudio se analizan experiencias de participación ciudadana en seis grandes municipios a través de los presupuestos participativos infantiles.

Objetivos

A través de estas experiencias de participación ciudadana infantil, pretendemos averiguar cuál es el índice de implantación de los presupuestos participativos infantiles en los municipios españoles de más de 500.000 habitantes, según datos obtenidos del INE (a fecha 1 de enero de 2010), como estrategia relacional de participación ciudadana. Por otra parte, analizaremos la visibilidad de tales proyectos a través de las webs institucionales de los ayuntamientos que gestionan dichos municipios.

Metodología

Para ello, hemos realizado un estudio exploratorio mediante el análisis de las webs institucionales de los Ayuntamientos de Madrid, Barcelona, Sevilla, Málaga, Valencia y Zaragoza, así como a través del buscador Google, utilizando como expresiones de búsqueda “participación ciudadana”, “presupuestos participativos” y “presupuestos participativos infantiles”. Para analizar los datos obtenidos hemos clasificado la información hallada en cuatro categorías que nos permiten observar si en estos municipios se han llevado a cabo procesos puntuales de participación infantil, si se han desarrollado programas consolidados de participación ciudadana para este colectivo, sustentados en procesos de presupuestos participativos, así como la presencia de estructuras orgánicas de participación infantil como los consejos o comisiones sectoriales. En último término, se incide en la posesión por parte de estos municipios de reconocimientos oficiales por su implicación en diferentes líneas estratégicas dirigidas a la infancia en las que aparecen incardinadas las políticas de participación infantil.

1. La participación ciudadana y la administración municipal neopública

En estos últimos años, desde el ámbito jurídico-administrativo se han producido importantes impulsos orientados a promover el despegue definitivo de las políticas de participación ciudadana, con especial incidencia, en el ámbito municipal.

Con objeto de alcanzar un índice representativo de democracia participativa que complemente y refuerce nuestro sistema democrático, desde la promulgación de nuestra Carta Magna se han desarrollado diferentes normativas y leyes (Borja, 1987; Fernández Ramos, 2005).

Entre otras, la Recomendación 19 del Comité de Ministros del Consejo de Europa, de 6 de diciembre de 2001, sobre la participación de los ciudadanos en la vida pública local: a través de ella, se constataba cómo el nivel de confianza de los ciudadanos en sus instituciones democráticas había descendido notablemente, siendo aconsejable que las instituciones públicas restablezcan la conexión con la ciudadanía con objeto de mantener la legitimidad de los procesos decisorios y de gestión públicos. Y en este sentido, se apunta como esencial, en un intento por reforzar la legitimidad de las instituciones y la eficacia en sus actuaciones, el diálogo entre los ciudadanos y los responsables administrativos.

En nuestro propio ordenamiento jurídico, antes de esta Recomendación del Consejo de Europa, se produjeron, en diferentes Comunidades Autónomas, relevantes iniciativas conducentes a renovar los procesos de participación ciudadana en el gobierno local municipal. Una de las más destacadas es la que propone la Ley 22/1998, de 30 de diciembre, de la Carta Municipal de Barcelona: en ella, se puede encontrar una propuesta en materia de

participación ciudadana y derechos vecinales que ha sido utilizada, como referencia, en la redacción de otras normas locales análogas.

A partir de la Recomendación europea, esta inquietud administrativa por impulsar de manera contundente la participación ciudadana se refleja, desde el ámbito estatal, en la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local.

En su preámbulo se incide en los mecanismos necesarios para potenciar el proceso de participación en sus diversas vertientes:

“...El establecimiento de reglamentos orgánicos en todos los municipios en materia de participación ciudadana, que determinen y regulen los procedimientos y mecanismos adecuados para hacerla efectiva; la aplicación necesaria de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación de forma interactiva, para facilitar la participación y la comunicación con los vecinos, así como para facilitar la realización de trámites administrativos; y la introducción en la legislación básica sobre régimen local de las iniciativas ciudadanas, que pueden constituir un importante instrumento participativo, y que pueden dar lugar, incluso, a consultas populares”.

A pesar de la voluntad garantista que se deriva de esta iniciativa, lo cierto es que, tal y como apunta Fernández Ramos (2005), el impulso real que la Ley 57/2003 ha proporcionado a la participación ciudadana ha sido más bien escasa, limitándose a recoger la figura de la iniciativa popular (especialmente en lo que se refiere a las consultas populares) y a la imposición a los Ayuntamientos de régimen especial de la constitución de determinados órganos participativos. A ello hay que añadir la circunstancia de que, si ya la Ley 11/1999 de reforma de la LRBRL transfería al Alcalde-Presidente de la Corporación Municipal competencias que hasta entonces eran asumidas por el Pleno, la Ley 57/2003 refuerza notablemente esta situación en los Ayuntamientos de régimen especial, cuando otorga más atribuciones a las Juntas de Gobierno que las que tiene atribuidas el Pleno en los Ayuntamientos de régimen común.

Para hacer frente a esta situación, nos encontramos en el ámbito local con ciertos mecanismos que permiten un desarrollo gradual de las estrategias participativas y que aparecen estrechamente vinculadas no sólo con la estricta imposición legislativa o normativa, sino con la voluntad política real y manifiesta de los equipos de gobierno municipal. Tales mecanismos se desarrollan en los Ayuntamientos mediante tres vías complementarias: la participación orgánica, funcional y cooperativa.

a) La participación orgánica: consiste en la creación —y funcionamiento— de órganos colegiados integrados no sólo por representantes de la Administración municipal, sino parcial o exclusivamente por representantes de determinadas organizaciones sociales. Utilizan diversas denominaciones: Consejos, Comités, Juntas, Comisiones, etc. A través de estas fórmulas orgánicas de participación la Administración busca la concertación y aceptación de las medidas públicas con los principales agentes sociales de diferentes sectores o con aquellos a los que políticamente les puede interesar potenciar.

En la Administración local la participación orgánica se manifiesta a través de una doble vía: por un lado, aquellos órganos que se crean con la función específica de servir de cauces de participación ciudadana (denominados “órganos de participación”); por otro, aquellos cuya función primordial es la de gobierno y administración de los asuntos locales y, entre otros fines (como el de desconcentración o descentralización de la Administración local), secundariamente, cumplen funciones de participación ciudadana: a éstos se les conoce como “órganos participados”. Los órganos participativos o de participación tienen asignadas competencias exclusivamente consultivas, y su composición se realiza, exclusivamente o al menos predominantemente, con la sociedad vecinal, mediante un funcionamiento público y transparente; los participados, por su parte, pueden asumir competencias decisorias y, por esa razón, la participación social es minoritaria y su funcionamiento no es público. Entre los órganos participativos nos encontramos con los consejos sectoriales: poseen un carácter exclusivamente consultivo, básicamente con la finalidad de que el Gobierno Local pueda conocer la opinión y las inquietudes de personas especialmente cualificadas entre la comunidad local dentro de un sector social determinado. Los consejos territoriales, se convierten en los órganos de participa-

ción en los distritos y por tanto en el enlace fundamental con la ciudadanía para las Juntas Municipales de Distrito. Junto con estos órganos, el Consejo Social de la Ciudad representa el órgano de participación y deliberación de las organizaciones económicas, sociales y ciudadanas más representativas del municipio para el debate, propuesta e informe sobre aquellas materias y proyectos de carácter estratégico con repercusión en el desarrollo social.

b) La participación funcional: desarrollada a través de las iniciativas populares o ciudadanas, las informaciones públicas, las audiencias públicas y las consultas populares; añadiéndose a éstas, aunque a diferente nivel en cuanto a representatividad en la toma de decisiones, las encuestas y estudios de opinión.

c) La participación cooperativa: bajo esta expresión nos referimos a aquella participación en la que la ciudadanía, sin integrarse en la organización pública ni ejercitar funciones públicas, se organiza de forma asociativa para la realización de diversos intereses generales, colaborando con la Administración pública. En este sentido la LR-BRL/1985 fue consciente de que, en la práctica, la participación ciudadana en los asuntos públicos se articula fundamentalmente a través del tejido asociativo.

Estas tres alternativas, incitan a los ciudadanos a implicarse en el desarrollo de una verdadera democracia participativa: por una parte, los mecanismos de participación orgánica que derivan en una democracia deliberativa al facilitar, a través de los diferentes órganos participados y participantes, la intervención en la gestión de lo público; en segundo término, la democracia directa que representan los diferentes recursos de participación funcional; y, por último, la democracia asociativa que se materializa a través de la red colectiva que aúna asociaciones, colectivos varios y movimientos reivindicativos o con intereses comunes.

En el ámbito municipal se manifiestan dos aspectos significativos, relacionados con las estrategias y políticas públicas que contribuyen a consolidar una administración relacional, próxima a planteamientos neopúblicos¹: por una parte, la necesidad de superar la perspectiva gerencial-empresarial de los gobiernos locales; por otra, la posibilidad de generar nuevas oportunidades políticas enfocadas a establecer y/o consolidar alianzas pertinentes con la ciudadanía, sus movimientos asociativos, colectivos diversos, tejido social (empresarial, cultural, educativo, etc.), administración central, autonómica o local, así como cualquier otra que responda a los objetivos estratégicos de la organización municipal. Todas estas alianzas forman una compleja red de relaciones institucionales.

Desde esta orientación podemos establecer un marco adecuado para el análisis de las Administraciones Públicas como propulsoras de diferentes redes interorganizativas, asociativas y ciudadanas que se asientan en los principios de corresponsabilidad y gobernanza. A partir de los planteamientos neopúblicos, los ciudadanos exigen que los responsables políticos se conviertan en auténticos dinamizadores que propicien políticas y estrategias enfocadas a establecer, tal y como apunta Puig (2003: 111):

- “Una relación directa entre la institución municipal, los ciudadanos y sus organizaciones.
- Propuestas consensuadas desde argumentos compartidos para la ciudad (como contexto común de todos) y desde la diversidad de las situaciones ciudadanas.

1 Si nos aproximamos al enfoque contemporáneo de la teoría de la organización en la Administración pública, identificamos dos orientaciones divergentes dentro del denominado Estado relacional (Ramión, 1999): la neoempresarial, de signo economicista, basada en la eficacia y eficiencia administrativa, que concibe a los ciudadanos como “clientes”; y, frente a ella, la orientación neopública, inspirada en la racionalización y control de la externalización de los servicios públicos, la repolitización de los cargos públicos, la participación ciudadana y la ética en la gestión pública.

- La creación de consejos ciudadanos (sectoriales) como espacios públicos para la información, el debate, el consenso, el pacto, la codecisión, la comunicación, la planificación y la evaluación.
- La gestión de servicios con las asociaciones ciudadanas y pequeñas empresas sociales que permita “ciudadanizar” la gestión municipal.
- Una prospectiva de ciudad compartida, con mayor implicación por parte de todos, con alianzas para lo fundamental y servicios que se ajusten a las expectativas creadas.
- Un posicionamiento de antijerarquía partidaria: de manera que no se deciden cuestiones que afectan a la ciudadanía porque ese partido político haya sido elegido democráticamente en las urnas sino porque responde al interés general.
- El diálogo múltiple: entendido como una red de relaciones entre los ciudadanos, las asociaciones, los colectivos y los responsables políticos en la gestión de lo público, desde la proximidad y comunicación constante.”

Estas demandas de la ciudadanía adquieren identidad propia dentro de las estrategias globales de las administraciones relacionales participativas; implican una constante interacción con los ciudadanos, los movimientos asociativos y el tejido social del ámbito de actuación administrativa.

2. Presupuestos participativos y democracia local

Los presupuestos participativos representan una actividad sumamente relevante dentro de las estrategias relacionales y de participación ciudadana que acometen los municipios para avanzar hacia una verdadera democracia participativa. Tal y como se refleja en la “Guía para la puesta en marcha del proyecto de Presupuestos Participativos”, propuesta en noviembre del 2010 por la Comisión de Participación Ciudadana y Gobernanza a través de su Grupo Técnico de Presupuestos Participativos:

“Los Presupuestos Participativos se pueden definir como un proceso de participación en la gestión del municipio, mediante el cual la ciudadanía puede proponer y decidir sobre el destino de parte de los recursos municipales junto con la Administración Local. El principal objetivo, por tanto, es la participación directa de la ciudadanía en este proceso, para establecer sus principales demandas y preocupaciones priorizando las más importantes e incluyendo la anualidad correspondiente en el presupuesto del municipio, así como realizando un seguimiento del cumplimiento de los compromisos alcanzados”(FEMP, 2010: 2).

Estos programas se deben contextualizar dentro del proyecto político y programático del modelo de ciudad al que aspira el Gobierno Municipal, como una herramienta más de planificación participativa de la gestión municipal. De manera que, los responsables político-administrativos diseñarán modelos específicos que se adapten a las características y singularidades del ente territorial y de sus variables contextuales (sociodemográficas, económicas y políticas). Pero, además, a esta circunstancia habrá que añadir tres cuestiones básicas: la voluntad explícita del gobierno municipal, el rol que asumen los movimientos ciudadanos o la propia trayectoria participativa del municipio.

Sus objetivos esenciales enlazan con la concepción de lo que los expertos denominan la nueva administración relacional. Podemos sintetizarlos en los siguientes ítems (FEMP, 2010: 9):

- “Fomentar de la solidaridad de la ciudadanía con las zonas y población más desfavorecida.
- Provocar la mayor participación posible de la población que reúna los requisitos establecidos, aplicando el principio de universalidad.

- Ser un proceso autorregulado, en el sentido que pueda ser un proceso vivo, que continuamente se adapta a la realidad desde la revisión de sus normas con la participación de los diferentes actores implicados.
- Ser escuela de participación ciudadana, en cuanto que supone un aprendizaje colectivo y que debe conllevar acciones formativas a lo largo del proceso.
- Ser un instrumento de corresponsabilidad en la gestión pública.
- Facilitar el control y seguimiento del proceso.
- Fomento del tejido asociativo.
- Ser un instrumento de integración de los mecanismos y órganos de participación existentes.
- Facilitar una visión global de la ciudad, articulando los intereses territoriales y sectoriales para conseguir mayor pluralidad y equilibrio social y territorial”.

Todas estas características permiten conocer cuáles son las necesidades globales de la ciudad y materializa los intereses y necesidades diversas de las comunidades locales.

Creemos que, en este proceso, resulta esencial una amplia participación sectorial. De esta forma es posible plantear diferentes experiencias de reflexión colectiva en las que tengan cabida no sólo los diferentes sectores que representan el tejido social, político y económico de un municipio, sino también determinados segmentos, colectivos o grupos, como es el caso de la población infantil, que “vive la ciudad” que han recibido y que ha sido gestionada por los adultos. Por lo tanto, resulta pertinente, a partir de este planteamiento, que se abran posibles vías de participación que permitan a los niños implicarse en la elaboración de los presupuestos de su municipio, desde una orientación basada en la educación ciudadana.

Es fundamental que en tales experiencias se diseñen y desarrollen planes de comunicación que expliquen de forma didáctica y sencilla las actuaciones a implementar en las diferentes fases del proceso para proporcionar a los ciudadanos la información necesaria y posibilitar así su implicación en él.

3. Los presupuestos participativos infantiles como aprendizaje de los valores democráticos

Desde la aprobación de “la Convención sobre los Derechos del Niño”², en 1989, se han promovido experiencias de participación infantil en diferentes entornos geográficos y en distintos ámbitos sociales y políticos. Y, sin duda, las entidades locales han sido las que más se han esforzado en este sentido (Ciudades Amigas de la Infancia, 2010)³.

2 Concretamente, en su artículo 12, se insta a los Estados que se acogen a ella a garantizar que los niños, como sujetos de pleno derecho, puedan formarse un juicio propio de asuntos que les afectan y expresar libremente sus opiniones sobre ellos; estas opiniones deben ser tenidas en cuenta en función de la edad y de la madurez con la que las expresan. De esta forma, en este artículo se apela a la necesidad de darle al niño la oportunidad de ser escuchado, directamente o a través de un órgano apropiado, en todos aquellos procedimientos que les afecten.

3 Otras normativas relacionadas: la Carta Europea de los Derechos del Niño, aprobada por el Parlamento Europeo en 1992 o la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica al Menor, de modificación parcial del código civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil, que dispone en su artículo 7 que los menores tienen derecho a participar plenamente en la vida social, cultural, artística y recreativa de su entorno.

La participación infantil en la gestión de lo municipal es un proceso que implica interacción, diálogo, cooperación, corresponsabilidad, sentimiento de identificación y de pertenencia a una comunidad local. Tales procesos no sólo resultan relevantes desde el punto de vista de la ampliación de la participación de dicho colectivo en la gestión municipal, sino que además, permiten disponer de un mayor conocimiento de sus necesidades, propuestas y expectativas, así como fomentar la deliberación y la toma de decisiones como forma de aprendizaje de la práctica democrática.

En palabras de Tonucci (1999: 53):

“La primera y más importante acción que ha de emprenderse es la de dar a los niños el papel de protagonistas, darles la palabra, permitirles expresar opiniones; y los adultos ponernos en actitud de escucharlos, de desear comprenderlos y con voluntad de tomar en cuenta aquello que dicen...Nadie puede representar a los niños sin preocuparse de consultarlos, de implicarlos, de escucharlos. Hacer hablar a los niños no significa pedirles que resuelvan los problemas de la ciudad creados por nosotros; significa en cambio aprender a tomar en cuenta sus ideas y sus propuestas”.

Tales iniciativas precisan no sólo de la disponibilidad de los niños, también la colaboración de sus padres, profesores, adultos, entidades ciudadanas y la propia administración, que debe actuar como agente dinamizador de este proceso de participación ciudadana sectorial.

En este sentido, el programa “Ciudades amigas de la infancia” desarrollado por UNICEF- Comité español, el Ministerio de Sanidad y Política Social, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y la Red Local a favor de los Derechos de la Infancia y la Adolescencia constituye una interesante iniciativa, a través de la cual se promueve que los niños y niñas de los 8.164 municipios españoles puedan presentar diferentes propuestas que quedarán reflejadas en la gestión y en las directrices de los responsables políticos locales. A través de este programa se pone en valor los esfuerzos de los entes territoriales locales para fomentar la participación ciudadana infantil real y efectiva.

La administración local es quien asume la responsabilidad de diseñar tal proceso en cuanto a metodología para obtener el *feed-back* del colectivo infantil, espacios e infraestructuras necesarias, actores intervinientes, cronograma, canales de información y comunicación; convocatorias de asambleas, consejos, reuniones y mesas de trabajo; la recepción de propuestas infantiles; valoración de las propuestas y elaboración de los informes de viabilidad; la devolución a los interesados e implicados directos de los resultados del proceso; la devolución del nivel de ejecución de los resultados del proceso y, por último, la identificación y señalización de las actuaciones municipales resultantes de este proceso.

Imagen 1. Cartel convocatoria VII Pleno infantil en la ciudad de Zaragoza



A través de ellos, tal y como se apunta en el documento de trabajo “Bases para un debate sobre la participación infantil en el ámbito local” (Ciudades amigas de la infancia, 2010), se contribuye a un adecuado desarrollo personal de los más pequeños, se mejoran sustancialmente los procesos de toma de decisiones al implicarse un colectivo como el del público infantil, se ayuda a proteger a la infancia de los abusos y, en general, de cualquier acción que vulnere sus derechos al ofrecerles la posibilidad de denunciar públicamente, además de facilitar la adquisición de valores democráticos formando “futuros ciudadanos”.

4. Resultados de la investigación

Tras analizar la implicación de los seis Ayuntamientos objeto de análisis en programas de participación ciudadana infantil, hemos podido constatar, tal y como muestra la Tabla 1, que el grado de desarrollo de tales iniciativas se presenta de forma poco homogénea. De manera que existen entes locales con un gran nivel de implantación frente a otros que todavía no los han incorporado dentro de sus políticas estratégicas de participación ciudadana.

Tabla 2. Implicación de los municipios de más de 500.000 habitantes en políticas relacionales de participación infantil

Procesos puntuales participación infantil	Presupuestos participativos infantiles // programas consolidados	Consejos/comisiones sectoriales (órganos de participación infantil)	Reconocimientos oficiales
Madrid ⁴	<ul style="list-style-type: none"> Madrid Participa Plan integral de atención a la infancia y la adolescencia 	Comisiones de Participación de la Infancia y la Adolescencia	-Reconocimiento UNICEF "Ciudad amiga la infancia"
Barcelona ⁵	<ul style="list-style-type: none"> Programa municipal per a la infància i l'adolescència 	Audiencias públicas, consejos escolares, foros, espacios digitales	-II Certamen sobre derechos de la Infancia y política municipal "experiencias en buenas prácticas" -Reconocimiento UNICEF "Ciudad amiga de la infancia"

4 <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Participacion-ciudadana/Comisiones-de-Participacion-de-la-Infancia-y-la-Adolescencia?vgnextfmt=default&vgnextoid=826c461fab851210VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextcha=8449e3d5d3e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&i>

5 <http://w3.bcn.es/fitxers/ajuntament/progmunicipalinfanciaadolesc.260.pdf>

Sevilla ³	Foros infantiles: presentación de propuestas de mejora de la ciudad a través de presupuestos participativos	-----	-----	-----
Málaga ⁴	-----	Proyecto de participación: <ul style="list-style-type: none"> • Pleno infantil • Mesas de debate por distrito 	Consejo sectorial de niños y niñas	-I Certamen sobre derechos de la Infancia y política municipal "experiencias en buenas prácticas". -Reconocimiento UNICEF "Ciudad amiga de los niños"
Zaragoza ⁵	-----	• VII Pleno Infantil 2010: Zaragoza me educa	-----	-----
Valencia ⁶	-----	-----	-----	-----

Elaboración propia

- 6 <http://www.sevilla.org/ayuntamiento/areas/area-de-participacion-y-coordinacion-de-districtos/direccion-general-de-participacion-ciudadana/servicio-de-participacion-ciudadana/memorias-de-actividades/memoria-2010>
- 7 http://www.malaga.eu/opencms/export/sites/default/aytomalaga/portal/menu/ayuntamiento/menu/item0003/descargas/AcuerdosPleno/2008/Actas/acta_31-7-08.pdf
- 8 http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/infancia/enlace/educacion/pleno_10.htm
- 9 [http://www.valencia.es/ayuntamiento/home.nsf/\(portadas1\)/\\$first?opendocument&lang=1](http://www.valencia.es/ayuntamiento/home.nsf/(portadas1)/$first?opendocument&lang=1)

A partir de los resultados obtenidos, se observa que de los seis municipios españoles con una población superior a 500.000 habitantes, Madrid, Barcelona y Málaga se erigen como los entes territoriales que poseen una trayectoria muy consolidada en el desarrollo de proyectos y procesos de participación infantil. A través del diseño y la gestión de programas que integran procesos de reflexión colectiva a través de los presupuestos participativos, han manifestado de forma explícita, en los últimos años, la voluntad política de compromiso con la participación de la ciudadanía en la gestión de lo municipal que asumen las administraciones neopúblicas. Este compromiso e implicación con las políticas públicas de participación infantil, vinculadas a planes y programas de atención especial a dicho colectivo, se refleja a través de distinciones otorgadas por UNICEF, el Ministerio de Sanidad y Política Social, la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y la Red Local a favor de los Derechos de la Infancia y la Adolescencia. Tanto Zaragoza como Sevilla han desarrollado iniciativas muy interesantes de participación ciudadana infantil a través de experiencias tales como los foros de presentación de propuestas de mejora de la ciudad o plenos infantiles, como iniciativas activas de educación democrática, aunque sin llegar al nivel de consolidación de los municipios anteriores. En este análisis que hemos efectuado, Valencia quedaría muy distante del resto de municipios, a pesar del compromiso explícito que representa la aprobación de su Reglamento Orgánico de Participación Ciudadana (2009).

Conclusiones

La participación infantil representa un proceso educativo en el que los niños y niñas reflexionan de forma individual y colectiva sobre diferentes temas o asuntos públicos que les afectan o que pueden llegar a afectarles. En esta experiencia de aprendizaje compartido, se incorporan valores completamente vinculados a la vida democrática municipal como el diálogo, la discrepancia constructiva o la libertad de expresión. A pesar de que en nuestro país existe una clara voluntad de integrar las políticas de participación ciudadana infantil en las estrategias de gestión relacional por parte de los diferentes niveles administrativos, tal y como queda constatado en la Convención de los Derechos del Niño (1989) ratificada por España en 1990, en la Carta Europea de los Derechos del Niño, aprobada por el Parlamento Europeo en 1992 o la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica al Menor, de modificación parcial del código civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil, entre otras normativas, todavía existe mucho recorrido en el ámbito de la integración de políticas de participación infantil en los programas de participación ciudadana.

En el contexto actual de las ciudades, se generan marcas-territorio para poner en valor características singulares y específicas de los municipios; en este sentido, la participación activa de los menores en procesos de construcción de las ciudades constituye, sin duda, un valioso atributo que nos puede identificar como comunidad local. Creemos que, en el futuro, nuestras ciudades competirán entre ellas no sólo por la oferta tangible que representan como espacio físico, sino que a tales subproductos materiales, se incorporarán progresivamente, dentro de los sistemas diseñados para medir parámetros de calidad urbana, reconocimientos que avalen el desarrollo eficiente de competencias diversas y certificados oficiales que garanticen que nuestro municipio posee determinados valores intangibles integrados en nuestra entidad como ente territorial.

Referencias Bibliográficas

- BORJA, J. (1987): "La Participación ciudadana", en BORJA, J. Y OTROS: *Manual de gestión municipal democrática*. Madrid- Barcelona. Instituto de Estudios de Administración Local.
- Carta europea de los derechos del niño (1992).*
- CIUDADES AMIGAS DE LA INFANCIA (2010): *Bases para un debate sobre la participación infantil en el ámbito local*. Madrid. UNICEF, Ministerio de Sanidad y Política Social, Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), Red Local a favor de los Derechos de la Infancia y la Adolescencia.
- FEMP (2010): *Guía para la puesta en marcha del proyecto de presupuestos participativos*. Madrid. Servicio publicaciones Federación Española de Municipios y Provincias. Disponible en www.femp.es/files/566-1004.../Guia%20Presupuestos%20Participativos.doc
- FERNÁNDEZ RAMOS, S. (2005): *La información y participación ciudadana en la Administración local*. Barcelona. Bosch.
- Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las bases del régimen local.*
- Ley 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica al menor, de modificación parcial del código civil y de la ley de enjuiciamiento civil.*
- Ley 22/1998, de 30 de diciembre, de la carta municipal de Barcelona.*
- Ley 11/1999, de 21 de abril, de medidas para el desarrollo del gobierno local.*
- Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de medidas para la modernización del gobierno local.*
- PUIG, T. (2003): *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos. Somos una marca de servicios pública con propuestas innovadoras y un estilo entusiasta*. Barcelona. Paidós Comunicación.
- RAMIÓ, C. (1999): "Corrientes neoempresariales versus corrientes neopúblicas: cultura administrativa, valores públicos y credibilidad social. Un planteamiento radical", en *Instituciones y Desarrollo*, nº 5. Barcelona. Institut Internacional de la Governabilitat de Catalunya.
- Recomendación nº 19 del Comité de Ministros del Consejo de Europa, de 6 de diciembre de 2001, sobre la Participación de los Ciudadanos en la Vida Local.*
- Reglamento orgánico de participación ciudadana del Ayuntamiento de Valencia (2009).*
- TONUCCI, F. (1999): *La ciudad de los niños. Un modo nuevo de pensar la ciudad*. Madrid. Ed. Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- UNICEF (1989): *Convención sobre los Derechos del Niño*. Disponible en <http://www.unicef.es/infancia/derechos-del-nino/convencion-derechos-nino>

Enlaces

- <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Participacion-ciudadana/Comisiones-de-Participacion-de-la-Infancia-y-la-Adolescencia?vgnextfmt=default&vgnextoid=826c461fab851210VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=8449e3d5d3e07010VgnVCM-100000dc0ca8c0RCRD&>
- <http://w3.bcn.es/fitxers/ajuntament/progmunicipalinfanciaadolesc.260.pdf>
- <http://www.sevilla.org/ayuntamiento/areas/area-de-participacion-y-coordinacion-de-distritos/>

direccion-general-de-participacion-ciudadana/servicio-de-participacion-ciudadana/memorias-de-actividades/memoria-2010

- http://www.malaga.eu/opencms/export/sites/default/aytomalaga/portal/menu/ayuntamiento/menu/item0003/descargas/AcuerdosPleno/2008/Actas/acta_31-7-08.pdf
- http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/infancia/enlace/educacion/pleno_10.htm
- [http://www.valencia.es/ayuntamiento/home.nsf/\(portadas1\)/\\$first?opendocument&lang=1](http://www.valencia.es/ayuntamiento/home.nsf/(portadas1)/$first?opendocument&lang=1)

(Footnotes)

1 <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Participacion-ciudadana/Comisiones-de-Participacion-de-la-Infancia-y-la-Adolescencia?vgnextfmt=default&vgnextoid=826c461fab851210VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=8449e3d5d3e07010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD&i>

2 <http://w3.bcn.es/fixxers/ajuntament/progmunicipalinfanciaadolesc.260.pdf>

3 <http://www.sevilla.org/ayuntamiento/areas/area-de-participacion-y-coordinacion-de-districtos/direccion-general-de-participacion-ciudadana/servicio-de-participacion-ciudadana/memorias-de-actividades/memoria-2010>

4 http://www.malaga.eu/opencms/export/sites/default/aytomalaga/portal/menu/ayuntamiento/menu/item0003/descargas/AcuerdosPleno/2008/Actas/acta_31-7-08.pdf

5 http://www.zaragoza.es/ciudad/sectores/infancia/enlace/educacion/pleno_10.htm

6 [http://www.valencia.es/ayuntamiento/home.nsf/\(portadas1\)/\\$first?opendocument&lang=1](http://www.valencia.es/ayuntamiento/home.nsf/(portadas1)/$first?opendocument&lang=1)

EL DERECHO AL BARRIO. LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA OPERACIÓN DE REMODELACIÓN Y REALOJO DE BARRIOS DE MADRID

Luis Moya González y Carlos Fernández Salgado

Catedrático de Urbanismo e investigador responsable G.I. / Arquitecto y becario G.I.

Grupo de Investigación (G.I.) Vivienda Social, Habitabilidad Básica y Patrimonio Urbano.

Escuela Técnica Superior de Arquitectura. Universidad Politécnica de Madrid.

Avenida Juan de Herrera 4, 28040 Madrid. + 34 91 336 6592. Email: gi.vs@upm.es

Resumen

En los últimos tiempos vuelven a cobrar protagonismo los principios de Henri Lefebvre sobre el ejercicio del Derecho a la Ciudad, articulado a través de los barrios. Principios ampliamente compartidos, pero que por sus objetivos de máximos son en ocasiones considerados como inalcanzables, ya que requerirían profundas transformaciones sociales. La investigación plantea el estudio de caso donde se hayan materializado con éxito gran parte de estos principios.

La ciudad que construimos se aleja de la que necesitamos, pero hubo un momento en el que existió un diálogo entre los gestores -políticos y técnicos- y los

usuarios: un periodo en el que participar de la ciudad formaba parte de la práctica urbanística. En España, este momento lo situamos en plena Transición, en torno a finales de los '70' en la ciudad de Madrid y en lo que se acabará llamando la Operación de Remodelación y Realajo de Barrios (1979-1986): 30 barrios, en los que se construyen unas 39.000 viviendas; por el que se ven afectadas más de 150.000 personas; con una extensión conjunta por encima de las 800 hectáreas; y que supondrá una importantísima inversión global de capital público. Una operación pionera a nivel europeo en materia de regeneración urbana integral con participación ciudadana.

Palabras clave

Derecho a la Ciudad, Planeamiento participado, Transición española, Política de barrios, Vivienda Social.

Abstract

In recent times back to the fore the principles of Henri Lefebvre on the practice of the Right to the City, articulated through the neighborhoods. Widely shared principles, but their maximum goals are sometimes regarded as unattainable, as that would require deep social transformations. The research presents a case study where they have realized many of these principles.

There was a time when there was a dialogue between political and technical-managers, and users: a period in which participate of the city was part of the planning practice. In Spain, this time we located in Transition period, around the late '70' in the city of Madrid and when it will end up calling Operación de Remodelación y Realajo de Barrios (1979-1986): 30 neigh-

borhoods, those built about 39.000 homes, for which affected over 150.000 people, with a combined length over 800 hectares, and that will be an important global public capital investment. A pioneering operation at European level in the field of integrated urban regeneration with citizen participation.

Key words

Right to the City, Citizen participation, Spanish Transition, Neighbourhood Policy, Social Housing.

Introducción

El espacio social que supone la ciudad actual se caracteriza porque en él se producen unos vínculos diferentes a los tradicionales, «más “débiles”, menos estables, pero mucho más numerosos y variados» (ASCHER, 2001: 64), donde los ciudadanos ya no tienen la sensación de compartir intereses en campos diversos de forma simultánea. Al tiempo, la construcción del espacio físico de la ciudad se sigue apoyado en un sistema que prima la propiedad y donde se llega a situaciones en las que «los derechos a la propiedad privada y el beneficio aplastan todas las demás nociones de derechos» (HARVEY, 2008: 23). Como resultado de estos factores se produce un aumento de las distancias, una fractura, una falta de cohesión social en la ciudad. Un conflicto que cuando alcanza cierta magnitud al capitalismo no le interesa, teniendo que intervenir los poderes públicos y aflorando la conciencia social sobre la vivienda pública (LEFEBVRE, 1968: 34).

Hace ahora más de 30 años, en plena euforia tras la Dictadura, en España hablábamos de cómo el nuevo marco democrático debía generar una estrategia diferente en materia de Urbanismo y Vivienda Social, donde «las decisiones de ordenación de la ciudad deberían satisfacer a la mayoría, lo que suponía la incorporación de un nuevo grupo, el más numeroso pero hasta ahora marginado, el de los usuarios» (MOYA, 1981: 37). Podríamos suponer que los cambios que se iniciaban entonces traerían una política urbana donde existiría una confluencia entre la ciudad que realmente necesitamos y la que construimos. Sin embargo el urbanismo parece haber seguido otras reglas, apareciendo una ciudad cuya lógica es estrictamente la del mercado.

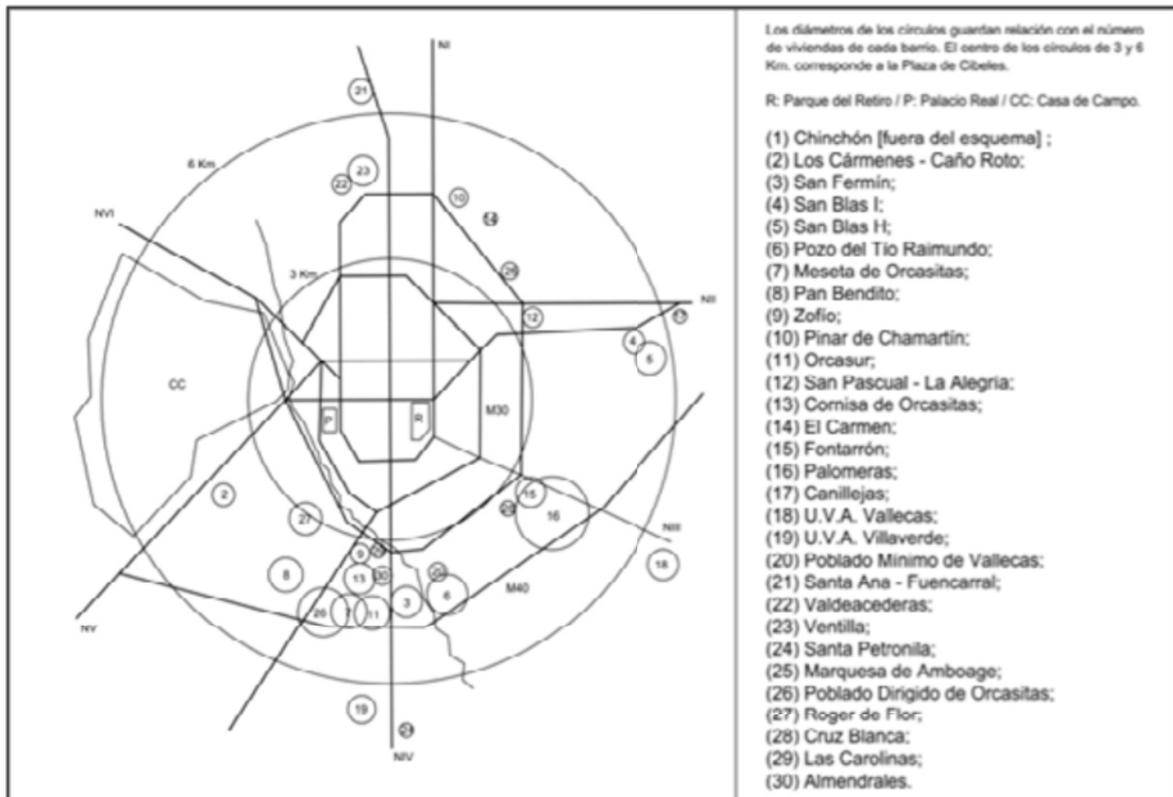
En la actualidad las nuevas tecnologías posibilitan las relaciones sociales con independencia de las distancias físicas, pero lo cierto es que la ciudad históricamente se ha consolidado como el espacio del contacto social. Éste se produce de una forma más intensa a la escala de barrio y distrito, ya que los vecinos en muchos casos son parientes o compañeros. En los últimos tiempos, se retoma la producción de conocimientos en torno al derecho a la ciudad hablando de la sostenibilidad social de las ciudades a través de los barrios, definidos como los lugares de reproducción social «donde aprendemos a ser seres humanos y ciudadanos completos también titulares de derechos civiles específicos» (FRIEDMANN, 2011: 14).

Objetivos

La hipótesis que se plantea es que hubo un periodo en el que la participación ciudadana formaba parte de la práctica urbanística y, desde una visión crítica, es posible aprender de ello de cara a futuras intervenciones en

materia de regeneración urbana en el campo de la Vivienda Social. Este hipotético momento del que hablamos, en España lo situamos en plena Transición, en torno a finales de los '70' en la ciudad de Madrid y en lo que se acabará llamando la Operación de Remodelación y Realoho de Barrios. Las cifras que caracterizan la enorme envergadura de esta Operación las enumera Julio Vinuesa: la remodelación y realoho de 30 barrios, en los que se construyen unas 39.000 viviendas; por el que se ven afectadas más de 150.000 personas; con una extensión conjunta por encima de las 800 hectáreas; y que supondrá una importantísima inversión global de capital público (VINUESA, 1987: 23).

Fig. 1: Esquema de localización de los barrios de la Operación de Remodelación y Realoho. Elaboración propia.



Metodología

La metodología utilizada es el estudio de caso. Para poder llevar a cabo la investigación es necesario, en primer lugar, describir de forma sucinta la realidad de Madrid en esos años y situar a los agentes implicados, posteriormente definir qué se entiende por participar en el urbanismo para finalmente analizar de forma crítica el papel de la participación ciudadana en la Operación.

1. La situación de Madrid a finales de los '70'.

España a partir de 1975 saldrá con éxito de una Dictadura de casi 40 años. En el ámbito político, la Transición estará dirigida en un primer momento por un gobierno de centro-derecha que controla una Administración en la que se llevará a cabo un proceso descentralizador. La izquierda irá conquistando todas las esferas del poder, primero la local en las primeras elecciones de 1979 en muchos de los grandes municipios, entre ellos Madrid. Una izquierda -sobre todo la comunista- que ha tenido un contacto constante con el movimiento ciudadano y que cuenta con un amplio conocimiento de los problemas urbanos, que plasmará en sus propuestas para Madrid.

En el transcurso de los '70', Madrid se había convertido en un tablero de intereses inmobiliarios en base al planeamiento vigente —el Plan General de 1963- permitiéndose operaciones especulativas sobre suelos que habían ido adquiriendo una mayor centralidad. Suelos en los que estaba asentada una población con diferentes grados de precariedad administrativa: residentes y propietarios de chabolas, inquilinos de infraviviendas, etc. En todo caso usuarios de partes olvidadas de la ciudad que en esos momentos veían amenazada su permanencia en el lugar. Un lugar que se proponía transformar en algo mejor, pero no para ellos. Un fenómeno, el de la cirugía social, que se ha dado en múltiples ciudades, tanto en el centro como en la periferia.

A esta situación se sumaba la de otros ciudadanos que residían en los barrios de promoción oficial que alrededor de la década de los '50' la Administración habían ido construyendo, ocupando los suelos periféricos que a modo de "green belt" preveía el planeamiento y que habían sido ocupados por la promoción pública al ser más económicos. En algunos casos la calidad de los suelos había producido problemas de cimentación a los que se unían problemas derivados de la baja calidad constructiva así como unos estándares dimensionales reducidos. En síntesis, se podía hablar de que estábamos en algunos de esos barrios ante una situación de infravivienda promovida años atrás por la Administración.

En lo económico, en esos años el discurso estará fuertemente condicionado por la profunda crisis que se venía arrastrando desde los años '70', con importantes consecuencias sociales. Como señala Joaquín Leguina, primer Presidente del gobierno autonómico de Madrid, «desde luego, las necesidades a cubrir eran grandes y los recursos limitados» (LEGUINA, 2004: 67). Mangada recuerda la situación de aquellos momentos como una España, con unas ciudades, en las que casi todo estaba por hacer y donde la iniciativa privada en ese contexto de crisis era incapaz de tomar las riendas del desarrollo urbano, por lo que «el protagonismo de lo público se sentía respaldado y exigido por una amplia base social» (MANGADA, 2007: 73).

2. Las reivindicaciones ciudadanas.

La ciudadanía de esta primera Democracia es una ciudadanía movilizadora. En su versión más organizada -la del movimiento vecinal- se puede decir que constituye una auténtica «escuela de democracia» (CASTELLS, 1977: 31). Algunos autores atisbaban a finales de los '70' un futuro esperanzador para estas organizaciones: «El papel fundamental desempeñado por las Asociaciones de Vecinos en este proceso hace prever lo que puede llegar a ser un funcionamiento democrático de nuestra sociedad» (GAVIRA & MESONES, 1977: 35).

En los últimos años de la Dictadura, en las grandes ciudades como Madrid, se había ido produciendo un movimiento asociativo al margen del sistema o con una mínima presencia en él a raíz de la Ley de Asociaciones de 1964. Hacia finales de los años '70' estos movimientos, de diferente carácter -entre ellos vecinales- tendrán un

gran protagonismo, no sólo en los barrios periféricos, sino también en otros puntos, incluso el centro de la ciudad. Las asociaciones de barrio se crearán en torno a organizaciones religiosas y más adelante se irán ligando al movimiento obrero –vinculado con la izquierda- actuando de una forma clandestina (VINUESA et al, 1986: 73).

Esta serie de movimientos reivindicativos nos sugiere la pregunta de si era tan precaria la situación de la que se partía. En efecto, Madrid a finales de los ‘70’ presenta importantes déficits en materia de vivienda, infraestructuras, dotación y transportes. El movimiento ciudadano de la periferia, fragmentado por barrios, coreará la misma idea, la de recuperar la ciudad. Recuperarla en un doble sentido: en el sentido de rehabilitar-reconstruir y en el sentido de que el resultado de esa operación fuera para los usuarios que la habitaban. Como argumento legitimador de la Operación se habló del pago de una «deuda social pendiente, como más de 20 años de retraso» (TERÁN, 1992: 290).

En ese primer momento, las competencias en materia de ordenación urbanística y política de Vivienda Social residían en la Administración Central, en manos del centro-derecha, que sufrirá un fuerte proceso de debilitamiento. Como señala Julio Vinuesa «el partido en el Gobierno no puede asumir el desgaste que supondría la conflictividad vecinal en la calle» (VINUESA, 1987: 23). En ese contexto, el gobierno central puso en marcha el proceso de Remodelación de Barrios, adquiriendo una serie de inéditos compromisos con la sociedad en su conjunto y con el movimiento ciudadano madrileño en particular. Como señala Terán, a cambio la Administración «iba a obtener lo que el planeamiento nunca había tenido: respaldo social» (TERÁN, 1981: 7).

La Operación se concretó formalmente en 1979 y mediante sucesivos decretos legales se fueron perfilando los detalles, destacando de entre ellos los relativos a la política fiscal. La diferente legislación aplicable hizo que las mensualidades de alquiler fueran superiores a las de venta, potenciando con ello el régimen en propiedad de las viviendas; es uno de los puntos más criticados de la Operación, ya que supuso deshacerse de un importante patrimonio que había contado con una fuerte inversión pública. Esto es algo que ha ocurrido tradicionalmente en España: a la Administración no le ha interesado la gestión en alquiler de un patrimonio público de viviendas (VINUESA, 1987: 31). Otra de las decisiones adoptadas formalmente es que la Operación se acota ante el temor de la extensión de la situación al resto de España, lo cual hubiera arruinado a una Administración que en esos momentos, como se ha señalado, se enfrenta a una fortísima crisis económica que aún durará hasta mediados de los años ‘80’.

El contexto de crisis se afrontará desde el urbanismo en la línea de la “austeridad”, corriente que provenía de la izquierda italiana basada en la idea que explica Campos Venuti para Madrid al hablar de la modificación del Plan General (1980-1985) que justo se pone en marcha coincidiendo con la Operación: «el crecimiento no debe ser el único objetivo del Plan», en una ciudad cuya población en esos años decrece. Se trata de no basar la estrategia urbana únicamente en seguir creciendo y enlaza de lleno con la estrategia de la Reforma Interior de determinadas piezas urbanas, en las que se llevan a cabo procesos de regeneración integral para resolver los problemas urbanos de respuesta a las necesidades sociales dentro de lo que es la ciudad consolidada, que había alcanzado en esos momentos a lo que se consideraba periferia.

La Operación se realizó con un censo cerrado de población que generó otro factor a tener en cuenta, como es la participación del usuario final. Es éste mismo el que ha desencadenado la Operación y esta situación supone otro hito en política de Vivienda Social como es la respuesta articulada desde el lado de la demanda, frente a la tradicional estrategia política que ha llegado a nuestros días basada en la oferta, es decir, en el criterio exclusivo de la Administración en esta materia.

3. La participación en el urbanismo.

La Operación de Remodelación se caracteriza, por tanto, por la participación del usuario de forma directa y activa, entendida en la forma que se explica a continuación.

Entendemos por Participación Ciudadana en el urbanismo «la capacidad de grupos y particulares, no especializadas, que expresan su propia opinión en relación con el proceso de elaboración y gestión del planeamiento, con vocación de incidir de manera efectiva en la adopción de las decisiones» (EZQUIAGA, 2011: 279). Es decir, «cualquier tipo de proceso a través del cual los usuarios ayuden a diseñar su medio ambiente» (ALEXANDER, 1975: 31) en la idea de la construcción del proyecto colectivo. Existe un amplio consenso en torno a que la auténtica participación es aquella en la que el ciudadano cuenta con poder, aunque teniendo en cuenta que el urbanismo debe poner de acuerdo intereses contrapuestos.

La participación consiste no tanto en decidir, sino en influir en la decisión. La capacidad de decisión se puede vincular a lo que podemos llamar gradientes de participación, que irían desde la simple información hasta la autogestión en una escala gradual con estadios intermedios (ALGUACIL, 2004: 294). A los efectos de la tramitación de las figuras de planeamiento, siguiendo la clasificación de García-Bellido, podemos distinguir entre participación por irrupción (cuando, como el caso del inicio de la Operación de Barrios en Remodelación, existe contestación ante la decisión impuesta), participación por invitación (cuando la administración integra a los diferentes agentes, como ocurre en el transcurso de la Operación Barrios en Remodelación) y por último la autogestión (GARCÍA-BELLIDO, 1978: 19). Alexander teoriza sobre la utopía de la autogestión en el urbanismo partiendo de un rechazo al planeamiento como tal, apostando por el crecimiento orgánico autogestionado basado en la responsabilidad social, sin necesidad de que exista una legislación coercitiva (ALEXANDER, 1977: 31-32).

La participación se muestra más eficiente cuanto más próxima es la escala en la que se actúa (ALGUACIL & DENCHE, 1987: 247), aunque esto no debe limitar ésta a las decisiones sobre lo próximo, pudiéndose solventar con motivación. Por otra parte, para que pueda existir participación, las propuestas deben ser abiertas sin llegar a ser excesivamente abstractas. La ciudadanía cuenta con interlocutores colectivos para hacer posible la participación (organizaciones sociales, sindicales, cívicas, culturales, de interés común, etc.), siendo ésta sencillamente el encuentro entre las partes (BORJA, 1987: 126). Pero la participación no debe sustituir el compromiso del técnico con el proyecto.

Participar en la toma de decisiones sobre la ciudad no es una finalidad en sí misma, sino un medio para conseguir participar de la ciudad, puesto que si no se estaría convirtiendo en un simple cumplimiento formal. En este sentido, podemos decir que hoy en día en España la participación normada en los procesos de planificación no cumple los requisitos de una verdadera participación, tratándose más bien de una colaboración en el suministro de información o en la toma de datos.

En esos procesos los agentes con más peso e intereses directos encuentran formas de participar en el sistema. Como señala Leguina: «mientras los intereses económicos están representados por un interlocutor estructurado [...] los intereses sociales suelen tener una representación difusa, sus objetivos son a menudo contradictorios y los recursos con que cuentan precarios» (LEGUINA, 2004: 66). Además, para la ciudadanía en general existe un problema añadido a la hora de participar, que es la comprensión de aquello sobre lo que se participa, debido a la complejidad técnica de los documentos. Esto requiere formación e información, teniendo en cuenta que un

exceso en la simplificación del mensaje conllevará la pérdida de rigor en el debate. Por ello es esencial la sensibilización y el compromiso de los técnicos en los procesos.

Garnier alerta sobre que los nuevos “conceptos tranquilizadores” como gobernanza urbana, democracia local, democracia participativa o procesos de concienciación -que favorecen la adquisición de “capacidades” y “responsabilidades” a través de la asunción de cierto poder- lleguen a tener un verdadero alcance (GARNIER, 2011). En este sentido, en el marco español se observa una falta de vinculación entre los consensos alcanzados en algunos procesos participativos de aplicación reciente –como las Agendas 21- y su repercusión final, quedando en muchos casos como instrumentos vacíos al no existir una obligación de cumplimiento y dependiendo de la voluntad política del momento. No se ha de olvidar que las metodologías participativas tienen siempre una base política: «si facilitan o promueven una participación más o menos abierta o restringida; si se trata de informar, consultar, debatir o decidir conjuntamente con los ciudadanos, no es una decisión metodológica ni técnica, sino política» (REBOLLO, 2003: 287).

El ejercicio más o menos directo del poder ciudadano abre el debate sobre las ventajas e inconvenientes de los sistemas democráticos participativos o representativos, discusión que podemos saldar con que lo ideal es que exista una complementariedad entre ambos (ALGUACIL, 2000: 169). En el momento de la historia de España descrito, como señala Leguina , el Partido Socialista -que se irá haciendo con todo el poder- optará por una democracia marcadamente representativa como estrategia política al considerar que la democracia participativa favorecería al Partido Comunista, que era quien había tenido más contacto con el movimiento ciudadano. Esta elección de sistema democrático ha perdurado hasta nuestros días.

4. El papel de la participación ciudadana en la Operación.

El clima de lucha reivindicativa, las ganas de hacer efectivos derechos con la llegada de la Democracia, o la existencia de una sociedad más movilizada, fueron factores que fomentaron una atmósfera propicia para la participación. Como señala Villasante podemos considerar que las claves para entender el éxito de lo que supuso la Operación son tres: (I) que el poder no se sentía tan fuerte, por lo que permitía ciertas cuotas de participación (lo que puede indicar que los gobiernos no tan estables fomentan la participación); (II) que la base social creía en un proyecto conjunto de futuro, en el contexto del buen ambiente generado por la euforia democrática (proyectos ilusionantes y creíbles fomentan una participación social amplia); (III) que muchos profesionales de diferentes campos, como arquitectos, abogados o periodistas, aprovecharon para llevar a cabo experiencias profesionales en un estimulante contacto con la ciudadanía (el compromiso técnico es una de las claves del éxito) (VILLASANTE, 1995: 24).

Sobre el papel de estos técnicos comprometidos cabe señalar que alrededor del movimiento vecinal aparecerá la figura del técnico asesor, involucrado en los procesos y con una gran influencia en los mismos. Una vez iniciada la Operación y a petición de los vecinos serán estos mismos técnicos los encargados de la gestión y construcción. Por ejemplo, en el caso de la Colonia del Zofío, la participación popular consiguió imponer a la Administración el 50 % de los representantes técnicos (COLAVIDAS, 1981: 100). Por tanto, se trataba de unos técnicos con un conocimiento en muchos casos directo de los problemas.

Al mismo tiempo, es necesario conocer el debate que llevaron a cabo los gestores –políticos y técnicos- en esos momentos. A finales de los años ‘70’ se produce en España un intenso debate técnico en torno a la participación ciudadana en el urbanismo. Como ejemplo de ello, en 1977 el organismo metropolitano que en esos momentos

tenía competencias en materia de urbanismo –COPLACO- organiza un debate sobre la participación en el planeamiento de acuerdo con la exigencia del nuevo marco. En el debate participarían políticos y técnicos que luego tuvieron diferentes responsabilidades en materia de urbanismo. Entre otras consideraciones se enumeran una serie de condiciones que debía de cumplir la tramitación del planeamiento para que la participación se produjera de una manera eficiente: (I) Credibilidad adecuada; (II) Instrumentación; (III) Fomento desde la Administración; (IV) Apertura a todos los posibles participantes; (V) Publicidad constante, tanto de la información con la que la Administración cuente, como de sus propias intenciones, proyectos y decisiones; (VI) Garantías de que el proceso participativo tendría influencia en las decisiones finales (COPLACO, 1977: 13). Leal y Leira hablan de cómo se debía superar en esos momentos la participación “por irrupción” para articular una auténtica participación en el planeamiento «en el que los ciudadanos consideren su actuación no sólo como un derecho inalienable, sino también como un deber cívico cuyo desarrollo constituye un requisito imprescindible para mejorar y adecuar su marco vital» (LEAL & LEIRA, 1978: 103).

“El Derecho al Barrio”: el ejercicio del Derecho a la Ciudad a través de lo próximo.

La participación en el urbanismo cobra fuerza con el impulso dado por las aportaciones en los años ‘60’ del sociólogo francés Henri Lefebvre, quien habla del derecho a la ciudad, máxima que puede ser sintetizada como «el derecho a la vida urbana» (LEFEBVRE, 1968: 138). Para Harvey, «el derecho a la ciudad es mucho más que la libertad individual de acceder a los recursos urbanos: se trata del derecho a cambiarnos a nosotros mismos cambiando la ciudad» (HARVEY, 2008: 23).

Con el fin de vivir con dignidad en las ciudades, los movimientos vecinales de los años ‘70’ y ‘80’ fueron dando un contenido espacial al Derecho a la Ciudad: vivienda digna; entorno adecuado; educación; cultura; equipamientos; movilidad y transporte público; consideración de colectivos vulnerables; y reivindicación sobre la participación en las decisiones sobre la ciudad. Estas ideas estarán presentes en el transcurso de la Operación y de esta forma los vecinos estarán puntualmente informados y serán escuchados en todas las fases del proceso: en el planeamiento, en el diseño de la edificación o en la elección de materiales, así como en los procesos de gestión y adjudicación de las viviendas. Su papel irá más allá incluso en muchos de los barrios, pudiéndose señalar que «es la iniciativa vecinal la que promueve, organiza, coordina y ejecuta a través de la Administración, que durante una buena parte del proceso más que llevar adelante un programa se limita a improvisar respuestas o soluciones al dictado de la presión vecinal» (VINUESA, 1987: 24). La magnitud de la Operación, la juventud de la nueva Administración democrática, o los cambios derivados de su proceso hacia la descentralización, supusieron cierta descoordinación administrativa y una eficacia basada en el impulso y entusiasmo de unas personas concretas muy involucradas en el proceso.

En cuanto al éxito participativo será mayor en los barrios de chabolismo autoconstruido frente a los barrios de promoción oficial. Como señala Alguacil esto es debido a que la homogeneidad de la población en los primeros se traduce en mayor identidad y sentimiento de pertenencia a la comunidad. Por ello surgirán unos lazos de solidaridad que se articularán en una gestión común y en la reivindicación colectiva. Este denso tejido social facilitará la implantación de una red a través de delegados de calle, que asegurará una fluidez en la comunicación (ALGUACIL, 1987: 56). Esto ha posibilitado que estos barrios -como el de la Meseta de Orcasitas o el Pozo del

Tío Raimundo- hayan mantenido un cierto tejido social hasta nuestros días, llevando a cabo nuevas reivindicaciones en otros campos como el de la delincuencia, el paro, la droga o la educación. Por el contrario, barrios como Palomeras -también en origen de autoconstrucción- debido a su gran tamaño -que supone casi un tercio del total de la Operación- necesitó organismos para la gestión vecinal -la Sociedad Pública OREVASA- que mejoraron ciertos aspectos propios de la gestión pero produjeron un mayor distanciamiento con la base ciudadana.

En el caso del pequeño barrio del Zofío – donde se construyeron 637 viviendas- existían 4 órganos de participación popular en la Remodelación: (1) La Asamblea de Vecinos, constituida por la totalidad de habitantes para la decisión de los asuntos más importantes a nivel técnico y administrativo, como puede ser la elección de la ordenanza edificatoria o los tipos de servicios; (2) La Asociación de Vecinos, formada voluntariamente por socios, para asuntos coyunturales; (3) La Comisión de Vivienda, que fue el verdadero órgano que llevó el peso y la iniciativa del proceso. Estuvo formada por 30 personas que se repartieron las tareas concretas como propaganda, contactos con los vecinos y administración o la supervisión técnica de los trabajos, mediante extensas reuniones semanales; (4) La Comisión Gestora, órgano más especializado, compuesto por dos técnicos y dos vecinos para agilizar el proceso pero que tuvo un funcionamiento limitado (COLAVIDAS, 1981: 99).

A los vecinos del Zofío, se les dio a los vecinos la oportunidad poco frecuente de elegir la ordenanza de la edificación mediante la votación democrática de la Asamblea, tras la presentación y debate de un informe en el que los técnicos tomaban claramente partido por la edificación cerrada en cuatro alturas frente al bloque abierto en torre. Los vecinos optaron por la ordenanza de bloque abierto y a continuación se sometió a votación la propuesta de ordenación concreta, de entre dos. Esto lleva a Felipe Colavidas -arquitecto urbanista involucrado en el proceso- a señalar que «si bien al margen de la participación, no me cabe duda, habríamos conseguido una solución más correcta desde el mero y exclusivo aspecto técnico, tal solución hubiese tenido que obtenerse a base de la sustitución de los propios interesados en aquello que no estaban dispuestos o debían a la participación en la conformación de su hábitat» (COLAVIDAS, 1981: 102).

Decadencia de la participación en la Operación.

Los años '80' supondrán la desactivación del movimiento ciudadano y la incorporación de algunos de sus miembros en el sistema de partidos, pudiéndose señalar como “suelo” del asociacionismo en España el año 1985 (ALBERICH, 1994: 62). Para Llés, la desactivación del movimiento hay que entenderla debida a la mejora en el marco de vida de referencia y en el cambio de este: «Hay tras ello razones históricas generales (llegada de la democracia) específicas de la zona (obtención de vivienda digna) o del contexto cultural presente (privatización de las costumbres)» (LLÉS, 1993: 85).

A pesar de la relación previa existente entre las personas concretas que gestionan la ciudad y los movimientos sociales, se pierde esta conexión, se enajena una buena parte del apoyo de esos movimientos y no se sabe transmitir lo que se quiere hacer a la gente, como tampoco se recibe la opinión de la gente sobre la ciudad: «La participación ciudadana [...] se olvida en gran parte de los casos, ya sea por desconfianza de los resultados, ya sea por miedo a que dicha participación desemboque en conflictos abiertos o porque se desprecia la capacidad de comprensión por parte de los ciudadanos de las razones que inciden en una determinada decisión» (LEAL, 1986: 669).

En esos años, a medida que avanza la Operación –y la misma Democracia- se evoluciona hacia un cuerpo político

y técnico diferenciado (LEIRA, 1986: 17). Los gestores políticos y técnicos –que han estado en contacto con el movimiento y los problemas ciudadanos- se autoconsideran que son los más capacitados para dar una respuesta que aúne el interés común, en lo que se puede interpretar como una actitud de “despotismo tecnocrático”. Villasante llega a plantearse a finales de los ‘80’ que «no vaya a ser que a la larga tengan los vecinos que volver a enseñar, bruscamente, que es lo que hay que hacer» (VILLASANTE & DENCHE, 1987: 48). El silencio impuesto entonces a la mayor Operación de Remodelación a nivel europeo de esos momentos ha de entenderse intencionado, debido al miedo de una Administración que considera que no puede hacer frente a operaciones similares en otros puntos del territorio.

La participación vecinal varió a lo largo del tiempo. En un primero momento supuso la oposición a las decisiones impuestas o que se iban a imponer (participación por irrupción) y se transformó en una participación por invitación que alcanzaría en algunos casos cotas cercanas a la autogestión. Por ejemplo en la Meseta de Orcasitas, donde se gestiona de forma comunitaria una central térmica de calefacción para el barrio o se construyeron modelos a escala real de las viviendas para la discusión de los vecinos. Progresivamente se limitará la intensidad de la participación al considerar que existen vías administrativas para resolver los problemas.

Conclusiones

La experiencia de Barrios en Remodelación demuestra que se pueden construir el tejido físico y social de la ciudad teniendo en cuenta los deseos y necesidades ciudadanas. Por ello la Operación puede considerarse un éxito y un ejemplo a nivel europeo dentro del actual discurso a favor de la regeneración urbana integral en el campo de la Vivienda Social con participación del usuario. La Operación se produce en un intenso periodo en la historia reciente de España en el que la ciudadanía se sintió con la energía suficiente para ejercer su derecho a la ciudad a través de sus barrios. Esto desencadenó la irrupción en el sistema y derivó en un compromiso por parte de la Administración para desarrollar el proceso. A partir de ahí y durante los años de construcción de los barrios, los vecinos participarán de forma activa en la toma de decisiones y en el seguimiento.

Hacia finales de los años ‘80’ y coincidiendo con la normalización democrática y el final de la Operación comprometida, la participación ciudadana tendrá una menor presencia. Esto responderá a un proceso de desmovilización social y de apuesta por lo representativo, además de otros factores sociológicos como la privatización de las costumbres o la mejora en términos generales de la calidad de vida. Podemos afirmar que en aquellos barrios cuyo tejido social estaba más articulado se consiguieron unos resultados más participados y que a la larga han derivado en una identificación con el barrio y la continuación en la lucha reivindicativa.

Participar en el urbanismo es participar de lo urbano, de la ciudad como soporte físico y social. La experiencia demuestra que aunque la participación en el planeamiento se establezca en hitos puntuales, es necesaria la existencia de un tejido social anterior y posterior al proceso para garantizar el éxito. Es decir, es necesaria una continuidad en el tejido asociativo. Esto debido a que no se trata tan sólo de construir viviendas, si no de construir barrios socialmente articulados. Y en la gestión de ese día a día de los barrios volverán inevitablemente a surgir los conflictos y tras ellos las soluciones participadas. Por tanto ya no sólo es que nos planteemos la participación de cara a futuras estrategias de regeneración urbana entendida esta como la remodelación de la edificación, si no que la regeneración urbana integral debe plantearse como un proceso continuo de cohesión urbana.

Por todo ello deberíamos tender a una participación en lo urbano continua, aprendiendo de otros países de

nuestro marco europeo de referencia con una larga tradición en cultura participativa. Estas estructuras participativas a nivel de barrio servirían de observatorios sobre los procesos de transformación urbana, sugiriendo a la Administración las medidas correctoras para la subsanación de las deficiencias detectadas. En el caso de que se llegue a procesos de fuerte degradación, que exijan la sustitución física de la edificación, estas estructuras sociales deberían participar de forma activa en la elaboración de la estrategia urbana, que necesariamente será desarrollada por técnicos cualificados y sensibilizados en la materia.

En los últimos tiempos nos hemos acostumbrando a que los proyectos de arquitectura desarrollados por las administraciones sean sometidos a concursos en los que se eligen las mejores propuestas. Esta misma estrategia deberíamos extenderla a las decisiones de planeamiento. Es decir, que se convocaran concursos en base a las condiciones fijadas por los ciudadanos y la administración y que en el jurado de esos concursos -de carácter técnico- el tejido social de barrio estuviera representado con el objeto de que se cumplieran los requisitos acordados.

En la exposición de motivos de la primera Ley del Suelo española –de 1956- ya se señalaba que lo ideal era que la ciudad la desarrollaran los poderes públicos, pero que sin embargo era inviable económicamente. Esta situación ha ido derivando en una promoción pública cada vez más raquítica, que influye poco en la morfología de la ciudad, pues no ordena espacialmente sino que supervisa unos criterios cuantitativos que no son garantía de éxito. Sin renunciar a que en un futuro momento así fuera, en estos momentos sería utópico pensar que la ciudad únicamente será transformada por el impulso público. La Administración no debe perder la capacidad de planificación global que controle las actuaciones de la iniciativa privada, pues en definitiva el espacio público generado es el elemento básico de la vida comunitaria de los ciudadanos.

En esta ciudad de promoción privada el sistema urbanístico español cuenta con mecanismos que regulan los porcentajes de vivienda protegida, frente a la de venta libre. Estos porcentajes deberían ser revisados en un futuro, con el objeto de extender la vivienda protegida cada vez a más capas de la sociedad. Para el desarrollo de la vivienda protegida deberemos confiar en el papel de las cooperativas sin ánimo de lucro, donde nuevamente se articularía la participación a la escala de la promoción inmobiliaria y su relación con el espacio público de contacto. A nivel del diseño de estas viviendas se debería tender a soluciones arquitectónicas adaptables, entendiendo como tales no la movilidad de los elementos, si no la distinción entre aquellos elementos estructurales de la vivienda de aquellos personalizables.

La versatilidad de la Vivienda Social y su capacidad de adaptación a diferentes usuarios es un aspecto necesario en la sociedad actual. Deberíamos tender cada vez más a una estrategia en la que la prime el uso de la vivienda como un bien transitorio, permitiendo la movilidad y la adaptabilidad en función de cada momento en la vida de los ciudadanos. Este aspecto entra en conflicto con la asentada tradición en España de la vivienda en régimen de propiedad, cuya principal razón de ser es la capitalización de la renta.

Debemos aprovechar la crisis inmobiliaria para cambiar el modelo de construcción de ciudad de los últimos años. Tender hacia una ciudad que sea resultado de la participación de los ciudadanos, consiguiendo con ello una ciudad más cívica, con viviendas dignas y adecuadas, cumpliendo con ello lo dispuesto en el artículo 47 de la Constitución Española .

Referencias

- ALBERICH, T. (1994): "Aspectos cuantitativos del asociacionismo en España", en Documentación Social, N° 94.
- ALEXANDER, C. (1975): Urbanismo y participación: el caso de la Universidad de Oregón. Gustavo Gili, Barcelona, 1976. _ (1977): Un lenguaje de patrones: ciudades, edificios, construcciones. Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- ALGUACIL, J. (1987): "Los protagonistas de la Remodelación" en Alfoz, N° 39. _ (2000): "Ciudad, ciudadanía y democracia urbana", en Documentación Social, N° 119. _ (2004): "La democracia participativa como estrategia para la gestión relacional", en Intervención psicosocial, N° 3. _ (2008): "Espacio público y espacio político" en Polis, N° 20.
- ALGUACIL, J. & DENICHE, C. (1987): "Participación ciudadana y metrópoli" en Documentación Social, N° 67. _ (1991): "La experiencia de los barrios en remodelación" en Documentación Social, N° 85.
- ASCHER, F. (2001): Los nuevos principios del urbanismo. Alianza editorial, Madrid, 2004.
- BORJA, J. (1987): "La participación ciudadana" en Manual de gestión municipal democrática, IEAL, Madrid,
- CAPEL, H. (2010): "Urbanización Generalizada, derecho a la ciudad y derecho para la ciudad". Scripta Nova, N° 331. Universidad de Barcelona. Recurso en línea.
- CASTELLS, M. (1977): Ciudad, Democracia y Socialismo. Siglo XXI de España Editores, Madrid.
- CASTELLS, M. et alt. (1977): Madrid para la democracia, Editorial Mayoría, Madrid.
- COLAVIDAS, F. (1981): "Aspectos relacionados con la participación vecinal en el proceso de remodelación de la Colonia del Zofío" en Boden, N° 23-24.
- COPLACO (1977): Conclusiones y recomendaciones de la mesa redonda celebrada en COPLACO en julio de 1977 sobre la participación pública en el planeamiento metropolitano. COPLACO, Madrid.
- EZQUIAGA, J.M. (1982): "Participación Ciudadana y Urbanismo" en Participación ciudadana. Ayuntamiento de Madrid. _ (2011): "El planeamiento municipal", en Moya coord.: La práctica del Urbanismo. Editorial Síntesis.
- FRIEDMANN, J. (2011): "Barrio por barrio: reclamando nuestras ciudades", en Urban, NS01.
- GARCÍA-BELLIDO, J. (1978): "Participación popular y lucha de clases en el planeamiento" en CAU, N° 51.
- GAVIRA, C. & MESONES, J. (1977): "La participación en la planificación urbana", en Estudios Sociales, N°19.
- GARNIER, J.P. (2011): "Del derecho a la vivienda al derecho a la ciudad: ¿De qué derechos hablamos... y con qué derecho?" en Scripta Nova, N° 909. Universidad de Barcelona. Recurso en línea.
- HARVEY, D. (1973): Urbanismo y desigualdad social. Siglo Veintiuno de España. Madrid, 1977. _ (2008): "The Right to the City", en New Left Review, N° 53. Recurso en línea traducido en español.
- HERNÁNDEZ AJA, A. & VELÁZQUEZ, I. (1987): "Pisos, canes y barrio" en Alfoz, N° 39.
- LEAL, J. (1986): "El urbanismo y las ciencias sociales", en Ciudad y Territorio, N° 67.
- LEAL, J. & LEIRA, E. (1978): "Participación pública:", en Estudios Sociales, N° 20-21.
- LEFEBVRE, H. (1967): "El urbanismo de hoy. Mitos y realidades". en Lefebvre, H.: De lo rural a lo urbano. Península, Barcelona, 1971. Cuarta edición, 1978. _ (1968): El derecho a la ciudad. Ediciones 62, Barcelona.
- LEGUINA, J. (2004): "Que veinte años no es nada" en Urbanismo en el siglo XXI". UPC, Barcelona.
- LEIRA, E. (1986): Urbanismo y Política Municipal: ¿Nuevo Planeamiento frente a consolidación del Poder Local?. Ayuso, Madrid. _ (1990): "Más que Planes. Antecedentes y papel de los planes municipales en España en

- los primeros años ochenta” en 10 años de planeamiento urbanístico en España (1979-1989). MOPU, Madrid.
- LLÉS, C. (1993): “Periferias y metrópoli postindustrial” en *Economía y Sociedad*, N° 8.
- LÓPEZ DE LUCIO, R. & TOLEDANO, J. (1987): “Morfología de las actuaciones públicas de remodelación de Madrid” en *Alfoz* N° 39.
- LÓPEZ-REY, F. (1987): “Encuesta” en *Alfoz*, N° 39.
- MANGADA, E. (2007): “Construcción y expolio del territorio. Madrid como paradigma” en *Otro urbanismo es posible. Siete miradas sobre Madrid*. Ediciones GPS, Madrid.
- MARTÍN, T. (1986): *Del barro al barrio: la Meseta de Orcasitas*. Asociación de Vecinos de Orcasitas, Madrid.
- MOYA, L. (2010): *Social Housing & City*. Ministerio de la Vivienda.
- _(1981): “El programa de acciones inmediatas de tres municipios del área metropolitana de Madrid” en *Ciudad y territorio*, N° 4. _(1980): “Estudio socio-urbanístico de nueve barrios de promoción oficial de Madrid” en *Ciudad y Territorio*, N° 3/80. _(1983): *Barrios de promoción oficial: Madrid 1939-1976*, COAM. _(1987): “Lo construido en la operación de Remodelación” en *Alfoz* N° 39. _(1992): “El proyecto urbano en la década de los 80” en *Arquitectos*, N° 126. _(1997): “La realidad de la vivienda obrera”. en *La Vivienda Experimental*. Concurso de Viviendas Experimentales de 1956, COAM, Madrid.
- PCE (1979): *Cambiar Madrid*. Partido Comunista de España. Ayuso, Madrid.
- REBOLLO, Ó. (2003): “Bases político-metodológicas para la participación”, en *Ecología y Ciudad*. El Viejo Topo, Madrid.
- SAMBRICIO, C. (Ed) (2003): *Un siglo de vivienda social*. EMVS, M.Fomento y CES.
- SAMBRICIO, C. (2002): *Enciclopedia s. XX de Madrid*. Ayuntamiento de Madrid.
- SÁNCHEZ-CASAS, C. (2009): *Sociedad, sistema y habitat*. Catarata, 2009.
- TERÁN, F. (1981): “Planeamiento en la transición” en *Ciudad y Territorio*, N° 4. _(1992): *Madrid*. Editorial Mapfre, Madrid. Segunda edición 1993.
- VERDAGUER, C. (2003): “Por un urbanismo de los ciudadanos” en *Ecología y Ciudad*. El Viejo Topo. Madrid.
- VILLASANTE, T. R. & DENCHE, C (1987): “Modos de vida y urbanismo” en *Alfoz* N° 39.
- VILLASANTE, T. R et alt. (1989): *Retrato de chabolista con piso*. IVIMA, Madrid.
- VILLASANTE, T. R. & ALBERICH, T (1993): “Experiencias de participación ciudadana en municipios: análisis y propuestas”, en *Alfoz*, N° 104-105.
- VILLASANTE, T. R. (1995): *Las democracias participativas*. HOAC, Madrid.
- VINUESA, J. & et alt. (1986): “La Operación de Remodelación de Barrios en Madrid” en *Ciudad y Territorio*, N° 68.
- VINUESA, J. (1987): “La Gestión de un proceso Singular” en *Alfoz* N° 39.

MADRID EN LA JMJ 2011: EL ALMA DEL MUNDO

Ana María Medina Heredia

Doctora por la Universidad de Málaga

Antonio Moreno Ruiz

Periodista

Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga. Campus de Teatinos s/n (España) CP 29071

Tlfn: +34 952 13 32 79 Email: amendiz@uma.es

Resumen

La Jornada Mundial de la Juventud (JMJ), celebrada del 16 al 21 de agosto en la capital de España, supuso un hito que reveló a nivel global la capacidad creativa de la ciudad. Madrid ha emprendido, gracias a esta experiencia, un viaje desde las tradiciones más profundas de la ciudad, que hunden sus raíces en el cristianismo como el resto de las grandes capitales occidentales, para reconfigurarse al comienzo del tercer milenio y proyectar una nueva visión. Un acontecimiento como éste, que cada dos o tres años, es capaz de convertir la ciudad que lo acoge en capital mundial de la juventud con un mensaje de hace 2 milenios, merece sin duda ser objeto de nuestro estudio. Este documento analiza

los efectos económicos, sociales y culturales de la JMJ, así como el impacto de la celebración de este acontecimiento a nivel global, que no se queda en las cifras, sino que perdurará en el tiempo, debido a la proyección de la imagen de la ciudad y del país a nivel internacional unida a valores como la alegría, la sinceridad, la diversión y la solidaridad.

También miraremos a las consecuencias que ya está teniendo en la próxima ciudad acogedora de la JMJ, Río de Janeiro, que espera recibir más de cuatro millones de personas, más que en la Copa Mundial de Fútbol que albergará al año siguiente.

Palabras clave

JMJ, Jornada Mundial de la Juventud, Madrid 2011, ciudad, innovación, religión

Abstract

The World Youth Day (WYD) held from 16 to 21 August in the capital of Spain, was a landmark global revealing the creative capacity of the city. Madrid has undertaken, thanks to this experience, a journey from the deepest traditions of the city, rooted in Christianity and other major Western capitals, to reconfigure the beginning of the third millennium and to project a new vision. An event like this every two or three years, is able to convert the host city the world capital of youth with a message of 2 millennia ago, certainly deserves to be the object of our study. This paper analy-

es the economic, social and cultural aspects of WYD, as well as the impact of the celebration of this global event, which is not in numbers, but that will endure over time, due to the projection image city and country at international level together with values such as joy, sincerity, fun and solidarity. We will also look at the consequences of the next WYD host city of Rio de Janeiro, which expects to receive over four million people, more than the World Cup which will house the following year.

Key words

WYD, World Youth Day, Madrid 2011, city, innovation, religión

Introducción

El verano de 2011 pasará a la historia de Madrid. La Jornada Mundial de la Juventud (JMJ), celebrada del 16 al 21 de agosto, supuso un hito que reveló a nivel global la capacidad creativa de la ciudad. La celebración de un acontecimiento religioso dirigido a los jóvenes, que había despertado hasta entonces sólo el interés de los círculos más comprometidos de la comunidad católica, se transformó en una fiesta desbordante, sin barreras de edad, de nacionalidad, e incluso y pese a la característica del encuentro, de credo.

Objetivos

“Descubre el alma de Madrid”¹. Éste era el eslogan con el que se promocionaba el evento los meses anteriores a su celebración a través de las plataformas digitales y redes sociales. Tradición, personalidad e innovación. Un viaje desde las tradiciones más profundas de la ciudad, que hunden sus raíces en el cristianismo como el resto de las grandes capitales occidentales, para reconfigurarse al comienzo del tercer milenio y proyectar una nueva visión. Siglos de historia, de cultura y de fe han configurado la personalidad de una ciudad que, lejos de encerrarse en sí misma, se proyecta hacia el mundo y ofrece todo su ser, lo más íntimo de sí misma, su alma, a los que quieran acercarse a descubrirla. Un acontecimiento como éste, que cada dos o tres años, es capaz de convertir la ciudad que lo acoge en capital mundial de la juventud con un mensaje de hace 2.000 años, merece sin duda ser objeto de nuestro estudio.

Metodología

La metodología con la que este estudio se acerca a sus objetivos pasa por el repaso bibliográfico y hemerográfico de la historia de la JMJ como evento internacional, así como a las consecuencias económicas, sociales y de repercusión mediática experimentadas en la última celebración de la misma, en Madrid 2011.

1. Historia de la Jornada Mundial de la Juventud (JMJ)

La Jornada Mundial de la Juventud tiene sus orígenes en la celebración, el 15 de abril de 1984 (Domingo de Ramos), del “Jubileo Internacional de la Juventud”. Más de 300.000 jóvenes de todo el mundo se reunieron en Roma para celebrar el 150 aniversario de la muerte de Jesucristo².

1 Vídeo promocional: <http://www.youtube.com/watch?v=sAjbUNQP0wM>

2 Un jubileo o “año santo” es un acontecimiento eclesial que se suele celebrar a modo ordinario cada 25 años, para conmemorar el nacimiento de Jesucristo. Los últimos jubileos ordinarios se han celebrado, por ejemplo, los años 1900, 1925, 1975 y 2000. En 1983, sin embargo, el Papa beato Juan Pablo II decretó un año jubilar extraordinario para conmemorar,

En este año jubilar tuvo lugar otro acontecimiento de cuya importancia hablaremos más adelante: la entrega por parte del Papa Juan Pablo II de una cruz de madera de 3,8 metros a los jóvenes. La denominada Cruz de la JMJ. En el año 1985, proclamado por la ONU como Año Internacional de la Juventud, la Iglesia organizó un nuevo encuentro internacional, también el Domingo de Ramos. Era el 31 de marzo y 350.000 jóvenes acudieron a la cita. Ese año se instituyó oficialmente la Jornada Mundial de la Juventud.

Por tanto, la primera Jornada Mundial de la Juventud no tuvo lugar, como tal, hasta 1986, pasando a depender de la recién creada sección joven del Consejo Pontificio para los Laicos. Se establece la celebración anual, el domingo de Ramos, en las diócesis; y una celebración de carácter internacional cada dos o tres años, en una ciudad que designa el Papa. La de Madrid, fue la JMJ XXVI y ya están programados los lugares de celebración de las XXVII y XXVIII (Anexo I).

2. La cruz de la JMJ y los “Días en las Diócesis”. La unión hace la fuerza

Convertirse en sede, durante unos días, de un acontecimiento de relevancia mundial suele provocar envidias y recelos entre ciudades vecinas.

Las Jornadas Mundiales de la Juventud consiguen desactivar, en cierta medida esta tentación y fomentar el hermanamiento entre ciudades gracias a la preparación previa que tiene lugar, meses y hasta años antes, con las actividades que se organizan en las ciudades cercanas a la sede. Como señalamos anteriormente, la cruz de la JMJ fue entregada por Juan Pablo II a los jóvenes en 1984 y, desde entonces, recorre cientos de ciudades, especialmente los meses anteriores a la celebración de las JMJ internacionales.

A la cruz de la JMJ se le unió, en 2003, una imagen de la Virgen María. Desde entonces, los dos iconos se han convertido en embajadores de la JMJ en las ciudades que recorren.

El recorrido previo de la cruz en esta última edición, por ejemplo, comenzó en la diócesis de Canarias, en abril de 2010. Durante año y medio, la cruz recorrió las 69 diócesis españolas³ haciendo que cada uno de los pueblos y ciudades que visitó se sintiera, durante unos días, “subsedes” de la JMJ. El hecho de que Madrid repartiera parte de su protagonismo entre todas las ciudades del recorrido, aumentó la sensación de simpatía y hermanamiento haciendo que, en los días centrales, Madrid se convirtiera, por así decirlo, en capital de capitales.

Las hemerotecas de la prensa local están ahí para dar fe de que la cruz y el icono de la JMJ marcaron la vida y la actualidad reflejada en los medios de cada una de las ciudades por las que pasó⁴.

Esta singular intuición del papa Wojtyła de que la JMJ no se limitara a ser un acontecimiento bienal o trienal,

no el nacimiento, sino la muerte de Jesucristo (y celebrar, por tanto, la redención de la humanidad). Corresponde en tal caso, y según la tradición de que Jesús murió a los 33 años, al año 83. El año jubilar se abrió el 25 de abril del 83 y se clausuró el 22 de abril de 1984.

3 Recorrido de la Cruz y el Icono por las diócesis españolas: http://madrid11.com/camino/index.php?option=com_content&view=article&id=97

4 Dossier de prensa diario del Obispado de Málaga (2-8 MAYO -CRUZ JMJ-) (11-15 AGOSTO -DED’S-): <http://diocesis-malaga.es/dossier>

sino una celebración que se mantiene viva antes y después de los encuentros internacionales ha demostrado ser responsable de gran parte del éxito de las distintas ediciones.

En este mismo sentido, también hay que destacar la celebración de los llamados “Días en las diócesis (DED’s)”, celebrados entre el 11 y el 15 de agosto. En estos días previos a la JMJ muchas ciudades españolas se ofrecieron para acoger a jóvenes provenientes de distintos países para preparar, junto a los jóvenes locales, su participación en los actos centrales en Madrid. Muchas diócesis pudieron vivir, estos días, su propia JMJ local con su componente cosmopolita y multicultural.

3. La JMJ Madrid 2011

El 20 de julio de 2008, en el hipódromo de Randwick en Sídney (Australia), el papa Benedicto XVI clausuraba la primera JMJ celebrada en Oceanía y anunciaba que la sede de la próxima JMJ sería Madrid, en el año 2011.

Comenzó entonces la tarea del comité organizador que logró aunar esfuerzos entre las distintas administraciones públicas y lograr su reconocimiento como evento de interés especial, además de lograr la colaboración de muchas grandes y pequeñas empresas que se implicaron en los aspectos logísticos del encuentro.

Bajo el lema “Arrraigados y edificados en Cristo, firmes en la fe”, casi 2 millones de jóvenes de 190 países distintos participaron en los distintos actos convocados: vigilias de oración, conciertos, catequesis, visitas culturales, celebraciones litúrgicas, encuentros deportivos, etc.

4. Impacto económico de la JMJ

La ciudad de Madrid cuenta con unas infraestructuras únicas que hacen de ella una de las ciudades europeas mejor preparadas para acoger eventos de esta envergadura. Su red de transportes públicos, una de las más modernas del mundo, junto con su equipamiento hotelero la convierten en candidata idónea para ser sede de cualquier acontecimiento que conlleve acoger a una gran cantidad de visitantes.

Según datos del alcalde de la ciudad, Alberto Ruiz Gallardón, el turismo genera* el 9% del PIB de la ciudad y sostiene más de 180.000 empleos⁵.

En este sentido, la JMJ significó una estupenda oportunidad de creación de riqueza para la ciudad. Según datos de la Encuesta Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), que realiza el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, correspondiente al mes de Agosto de 2011, “la Comunidad de Madrid, con 550.000 turistas (internacionales) en agosto, experimentó un incremento interanual del 42,6% debido a la celebración de la ‘JMJ11’”. Crecieron especialmente las llegadas procedentes de Italia, ‘Resto de América’ y ‘Resto del Mundo’⁶.

El impacto económico de la JMJ, asimismo, contagió en cierta medida al resto de comunidades gracias a la

5 Declaraciones realizadas durante la entrega de los premios “Madrid Turismo” a la JMJ en el Día Mundial del Turismo (26-9-2011). Nota de prensa Ayto Madrid: <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Medios-de-Comunicacion/Notas-deprensa/Premios-Madrid-Turismo?vgnextfmt=default&vgnextoid=43c5ec6b975a2310VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=6091317d3d2a7010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD>

6 <http://www.mityc.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/documents/npfronturagosto220911.pdf>

iniciativa de los “Días en las Diócesis”, que propició que no todos los peregrinos entraran a nuestro país por Madrid, sino por el resto de ciudades españolas. Y es que, según el propio ministerio, “En agosto, España batió un récord histórico con la entrada de 7,64 millones de turistas internacionales, un 9,4 por ciento más que en agosto del año pasado. La entrada de turistas en agosto superó el anterior récord mensual marcado en julio de 2007, cuando 7,63 millones de turistas entraron en España. Según el departamento de Miguel Sebastián, una vez más, tanto los datos de agosto como el incremento en las cifras acumuladas afianzan las buenas perspectivas para el conjunto de 2011, que podría convertirse en el cuarto mejor año de la historia del turismo en España tras la recuperación iniciada en la segunda mitad del año 2010”.

El Ayuntamiento de Madrid también ratificó lo positivo que, desde el punto de vista económico, supuso la celebración de la JMJ. Y agradeció a los organizadores haber contado con Madrid para la realización de este evento mediante la concesión del Premio “Madrid Turismo” que se conceden cada año a las entidades que más han contribuido a promocionar Madrid como lugar de destino turístico. En palabras del propio alcalde, con este premio “se pretende transmitir nuestra gratitud por confiar en esta ciudad, así como reconocer el extraordinario trabajo realizado por todas las entidades, parroquias y voluntarios que hicieron posible su celebración”.

Por su parte, el presidente de la Cámara de Comercio de Madrid y de la Confederación de Empresarios de Madrid, Arturo Fernández, valoró en 160 millones de euros los beneficios de la JMJ en las distintas áreas de negocio: hostelería, transporte y comercio⁷.

Frente a la distribución en anteriores ediciones de las comidas por parte de la propia organización, esta JMJ ha contado con la peculiaridad logística de los “tickets de comida” canjeables en los bares y restaurantes adheridos a un convenio propuesto por los organizadores. Esta iniciativa ha “repartido el pastel” entre aproximadamente 2.500 establecimientos que han ofrecido el llamado “menú del peregrino”. El director general de la Asociación Empresarial de Hostelería de la Comunidad de Madrid “La Viña”, Juan José Blardony, en declaraciones a la Agencia Europa Press, señaló que “los 3 millones de tickets repartidos por la organización a los peregrinos acreditados ha supuesto unos beneficios de en torno a 25,3 millones de euros”. Según esta información de agencia, “las comidas y cenas supusieron unos ingresos de 22,5 millones de euros, a 6,5 euros por ticket, y un total de 3 millones de tickets entre comidas y cenas. En referencia a los desayunos, se han repartido en centros de acogida de peregrinos un total de 1.700.000 ‘packs’ a 1,65 euros, por lo que se han registrado ganancias de 2,8 millones de euros. Según ha señalado el gerente de la organización, habría que hacer una valoración sobre el resto de establecimientos no firmantes del convenio “lo que puede haber supuesto en torno a 32 millones de euros en ingresos”.

Y no hay que olvidar que estos beneficios se han generado con una mínima inversión por parte de las administraciones públicas (reducida sólo a la puesta a disposición de los servicios básicos sanitarios y de seguridad al igual que se ponen a disposición de cualquier otro evento organizado por instituciones privadas como partidos de fútbol, conciertos, etc.). Fernando Giménez Barriocanal, director financiero de la JMJ, afirmó en rueda de prensa que la JMJ ha sido “una oportunidad única para la economía española a coste cero para los contribuyentes”. También explicó que la partida de gastos de la organización fue de 50,5 millones de euros, de los cuales 31,5 millones provienen “de los propios peregrinos que con su cuota de inscripción, pagan la JMJ. El resto proviene de los

7 <http://www.europapress.es/economia/noticia-jmj-camara-comercio-madrid-estima-160-millones-beneficios-transportes-comercios-20110821153320.html>

distintos patrocinios y de los diversos donativos particulares, a través de SMS, la web, venta de productos, etc.”⁸.

5. Madrid 2011. Escaparate para la ciudad.

La celebración de la JMJ se convirtió en un gran escaparate publicitario para la ciudad de Madrid. Y es que la cobertura informativa del encuentro contó igualmente con cifras espectaculares. Según los organizadores, en el evento se acreditaron un total de “5.000 periodistas (2.900 de ellos españoles), se realizaron 55 programas especiales, con una audiencia (sólo en España) de 15 millones de personas, así como la publicación de 4.241 noticias”⁹.

Referente a esto, el centro MRI (Media, Reputation and Intangibles)¹⁰ de la Universidad de Navarra, dirigido por el profesor Francesc Pujol, publicó en agosto de 2011 un avance de resultados del informe que está elaborando sobre el impacto de la JMJ en la imagen de marca de Madrid. Según este estudio, “Madrid se convirtió en el centro mediático mundial (...) gracias al encuentro del Papa con jóvenes de todo el mundo. El viaje pastoral de Benedicto XVI a Madrid generó 54.000 noticias en todo el mundo. La cobertura mediática dada por la prensa española ha sido masiva, ya que 30.000 artículos fueron publicados por medios españoles. La prensa del resto de Europa publicó 12.600 artículos. 6.200 noticias salieron de medios de América Latina y, otras 3.600, de Estados Unidos y Canadá. En Asia se publicaron 2.000 noticias, 400 en Oceanía y 200 en países de África. En total, hemos identificado noticias sobre la Jornada Mundial de la Juventud de Madrid en 108 países (...)”.

El informe confirma que “la JMJ se ha convertido en un excelente embajador de la marca Madrid ya que las jornadas se han saldado con gran éxito de convocatoria y de satisfacción por parte de los participantes. Hay que tener en cuenta, concluye el informe previo, que el 40 por ciento de las noticias publicadas en países europeos en todo agosto estaban relacionadas con la JMJ”.

Para el centro MIR, la JMJ tuvo “un impacto mediático 8 veces superior a los premios Goya o 50 veces superior a la Pasarela Cibeles”.

Como señala Francesc Pujol, autor principal del informe, “la organización y desarrollo de este gran evento mundial de manera satisfactoria refuerza la imagen de marca de Madrid como ciudad de negocios, por lo que contribuye a restablecer en parte la deteriorada imagen económica de España en el exterior. También aumenta la confianza y credibilidad para que Madrid pueda albergar otros grandes eventos mundiales en el futuro”.

El impacto de la celebración de este acontecimiento en la economía madrileña no se queda, por tanto, en las cifras reseñadas en el apartado anterior, sino que el “efecto JMJ” parece que perdurará en el tiempo.

Valga como dato para corroborar este aspecto la información publicada por el buscador de vuelos Skyscanner¹¹ en la que afirmaba que “la búsqueda de vuelos con destino a Madrid aumentó un 70 por ciento tras la celebración

8 <http://www.madrid11.com/pressoffice/images/stories/prensa/comunicados/es/10082011es.pdf>

9 http://www.madrid11.com/pressoffice/images/stories/comunicados/20110823_balance_jmj--esp.pdf

10 http://unav.es/econom/sport/files/resourcesmodule/@random4562c6b6e9a/1314352304_54000_noticias_sobre_las_JMJ_2-pdf

11 <http://www.europapress/madrid/noticia-aumentan-70-busquedas-vuelos-madrid-jmj-skyscanner-20110901115257.html>

de la JMJ”. Tras la visita de Benedicto XVI los países más interesados en viajar a Madrid fueron Rusia, con un aumento del 281%, Italia (167%), Finlandia (165%), Venezuela (164%) y Suiza (149%).

6. Madrid, ciudad acogedora

En un análisis riguroso de la JMJ Madrid 2011 no podemos obviar algunos aspectos de contestación que acapararon mucho espacio en los medios de comunicación. Tuvieron gran presencia en los noticieros algunas manifestaciones de grupos reducidos (100-200 personas) que se oponían a la celebración de este evento. Estas manifestaciones llegaron en algunos casos a derivar en agresiones físicas y verbales a los participantes de la JMJ.

De poco sirvieron estos intentos de empañar la calificada como “gran fiesta de la alegría de la fe”¹² pues fueron (de no ser por el altavoz que supuso el interés mediático) puramente anecdóticos. La gran mayoría de los peregrinos manifestaron haberse sentido muy bien acogidos.

Para el presidente de la consultora de investigación sociológica GAD3¹³, Narciso Michavila, “el 90 por ciento de los peregrinos dio un sobresaliente a Madrid”. Una encuesta realizada por esta organización entre los participantes en la JMJ revela que el índice de satisfacción sobre la ciudad de Madrid fue muy alto. Según la nota de prensa relativa a esta encuesta y remitida por la propia JMJ, “El 80,3% de los encuestados ha manifestado que las calles y monumentos de la ciudad les han gustado “mucho” o “bastante”. De la misma opinión es el 82,6% de los peregrinos acerca de los parques y jardines de la ciudad. Los bares y restaurantes de la ciudad, así como el carácter de los madrileños han sido del gusto de más de tres cuartas partes de los encuestados. En cuanto a los servicios públicos, los asistentes a la Jornada Mundial de la Juventud han dado una nota muy alta al transporte público de la ciudad. El Metro ha sido el medio de transporte favorito, valorado con un 8,7, seguido del autobús, al que se ha concedido un 8. Los servicios de orden y atención también han recibido valoraciones muy positivas de los peregrinos, quienes han concedido un 8,1 a la Policía, un 7,9 a los voluntarios, y un 7,7 a los servicios sanitarios”.

“Tras su paso por Madrid –continúa la nota– el 75,8% ha manifestado que recomendará viajar a España, al tiempo que el 47,6% de los encuestados ha asegurado que este evento, además, ha mejorado su imagen del país”.

El cardenal arzobispo de Madrid, Antonio M^a Rouco Varela, afirmó, durante el acto en el que recogió el premio Madrid Turismo¹⁴ que “la acogida de la ciudad de Madrid fue fundamental para el éxito de la Jornada”, y destacó que “la amabilidad y simpatía con que han sido acogidos los peregrinos muestran el reflejo humano de la ciudad de Madrid, que es lo que más ha sorprendido a los asistentes a la JMJ”. Internet también ha sido testigo del aumento del interés sobre la capital española. Sólo en Google se ofrecen más de siete millones de resultados en las búsquedas sobre Madrid y la JMJ.

Las muestras de satisfacción por la celebración de la JMJ en Madrid, y la valoración que de ésta han hecho las instituciones ha alcanzado, sin duda, las más altas cotas. Cabe destacar el discurso de S.M. el Rey de España y la presentación a la candidatura del Premio Príncipe de Asturias de la Concordia, que contó con más de 10.000 adhesiones.

12 Calificación del Cardenal ROuco a la JMJ en la rueda de prensa de balance de la misma: http://www.madrid11.com/pressoffice/images/stories/comunicados/20110823_balance_jmj-esp-pdf

13 <http://www.gad3.com/es/noticias#/el-90-de-peregrinos-del-jmj-da-un-sobresaliente-a-madrid>

14 <http://www.madrid11.com/es/noticias/1686-la-jmj-premio-de-turismo-de-madrid>

En la ceremonia de despedida del papa Benedicto XVI en el aeropuerto de Madrid Barajas al concluir la JMJ, el Rey D. Juan Carlos I, afirmó que las palabras dirigidas por el Santo Padre “nos animan a contar en mayor medida con el compromiso generoso de la juventud para construir el mundo más justo, más pacífico, más solidario y más sostenible, en términos de protección ambiental, que todos deseamos.

Ese mundo mejor -desde el respeto a la libertad y la dignidad de la persona- requiere del esfuerzo, del diálogo, del entendimiento y de la cooperación de todos para asegurar la concordia, y para superar crisis y desafíos.

El presente demanda concentrar nuestra atención en los jóvenes si queremos ganar el futuro que ellos representan y se merecen.

Ese futuro que solo será mejor si situamos los intereses generales por encima de las egoísmos particulares, si pensamos más en lo que debemos hacer por los demás, que en lo que podemos conseguir para nosotros”¹⁵

La carta de adhesión propuesta por los organizadores a la candidatura al premio Príncipe de Asturias de la Concordia presentada por la editora del ABC, Catalina Luca de Tena, afirmaba, por su parte, que “entre el 16 y el 21 de agosto de 2011, la juventud, la solidaridad y la convivencia pacífica que han inundado las calles de Madrid y del resto de España han devuelto la esperanza y el optimismo ante el futuro a la todos los estamentos de la sociedad. No sólo en nuestro país, sino en el mundo entero (...) Ante la crisis de valores que afecta a Occidente, y que ha aflorado en los últimos años en forma de crisis económica, este testimonio representa un importante modelo de referencia o ejemplo, a nivel global, para los jóvenes –creyentes y no creyentes- de un gran número de países en todas las regiones del mundo.

Finalmente, quiero dejar constancia de que el calado social y la organización de la JMJ Madrid 2011, en la que han trabajado de la mano los poderes legislativos, económicos, civiles y eclesiales, además de 30.000 voluntarios españoles y extranjeros, al proyectarse internacionalmente, se erige en un verdadero ejemplo que bien merecería el reconocimiento de ese prestigiosísimo galardón, cuya concesión serviría de acicate para redoblar esfuerzos y dar un mensaje de esperanza al mundo entero”.¹⁶

Aunque el galardón recayó finalmente sobre los Héroes de Fukushima, la presentación de la candidatura sirvió para expresar de forma pública el reconocimiento de gran parte de la sociedad hacia el interés común de la JMJ y el agradecimiento a los organizadores.

7. Río de Janeiro, próxima ciudad creativa al amparo de la JMJ

El anuncio oficial de que Río de Janeiro será la sede de la próxima Jornada Mundial de la Juventud se realizó en junio de 2011. La importancia de esta noticia llevó a la Iglesia brasileña a iniciar de forma inmediata su preparación con el envío de una comisión formada por los futuros organizadores a Madrid para colaborar con los gestores de la jornada 2011.

Este gigante emergente de la economía mundial se convertirá, en los próximos años, en uno de los ejes de la actualidad social, ya que espera acoger tres eventos significativos: los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro en

15 <http://www.conferenciaepiscopal.es/index.php/discursos-jmj/2203-discurso-del-rey-juan-carlos-i-en-la-despedida-al-papa-benedicto-xvi.html>

16 <http://www.madrid11.com/es/component/chronocontact/?chronoforname=Candidatura>

2016; el Mundial de Fútbol entre junio y julio de 2014; y la Jornada Mundial de la Juventud, del 23 al 28 de 2013.

La de Río de Janeiro será la segunda JMJ que tenga lugar en el continente sudamericano, después de que Buenos Aires, en 1987, fuese la primera sede internacional que acogió las Jornadas ideadas por el beato Juan Pablo II. De hecho, la elección de la ciudad de Río ha llevado a los organizadores a adelantar la celebración de la jornada un año para evitar la coincidencia con el mundial de fútbol. El alcalde de Río, Eduardo Paes, declaró su emoción ante un encuentro de estas características, y las proporciones que tendrá en una ciudad como la suya. El tamaño de Brasil y “la fe de su pueblo” y de otros vecinos latinoamericanos, hacen pensar al regidor municipal, como así ha expresado, que es muy probable que acuda más gente a la JMJ que a la Copa del Mundo, situando la cifra de visitantes en 4 millones de personas.

8. Conclusiones

La JMJ se consolida, a la vista de los datos ofrecidos, como un acontecimiento único, de amplia repercusión económica, social y cultural, que más allá de sus beneficios materiales e inmateriales, convierte la ciudad de destino en un centro de peregrinación y atención pública para todo el mundo. Madrid 2011 ha dejado constancia de cómo este evento ha convertido a la capital española en un lugar donde se resumen de manera armónica los valores bajo los que cualquier producto querría ser identificado: alegría, solidaridad, confianza, imaginación y diversión. Una ciudad creativa que es capaz de poner su identidad al servicio de la globalidad y su tradición al servicio de la innovación. Una ciudad que supo ser, durante cuatro días, el alma del mundo.

Anexo I. Tabla histórica de la celebración de las jornadas mundiales de la juventud

Año / N° de Jornada	Lugar de celebración
1984	Roma: Plaza de San Pedro, Domingo de Ramos (15 abril) Clausura del Jubileo de los jóvenes en Roma con motivo del Año santo de la Redención El Papa entrega la Cruz a los jóvenes (22 abril)
1985	Roma: Plaza de San Pedro, Domingo de Ramos (31 marzo) Encuentro mundial de jóvenes con motivo del Año Internacional de la Juventud. El Papa dedica una Carta Apostólica a los jóvenes del mundo (31 de marzo) y después anuncia la institución de la Jornada Mundial de la Juventud (20 de diciembre)
1986	I JMJ Celebración Diocesana: Domingo de Ramos (23 marzo)
1987	II JMJ Celebración internacional: Buenos Aires (Argentina) (11-12 abril)
1988	III JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (27 marzo)
1989	IV JMJ Celebración internacional: Santiago de Compostela (España) (15-20 agosto)
1990	V JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (8 abril)
1991	VI JMJ Celebración internacional: Czestochowa (Polonia) (10-15 agosto)
1992	VII JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (12 abril)

1993	VIII JMJ Celebración internacional: Denver (USA) (10-15 agosto)
1994	IX JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (27 marzo)
1995	X JMJ Celebración internacional: Manila (Filipinas) (10-15 enero)
1996	XI JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (31 marzo)
1997	XII JMJ Celebración Internacional: París (Francia) (19-24 agosto)
1998	XIII JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (5 abril)
1999	XIV JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (28 marzo)
2000	XV JMJ Celebración internacional: Roma (15-20 agosto)
2001	XVI JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (8 abril)
2002	XVII JMJ Celebración internacional: Toronto, Canada (23-28 julio)
2003	XVIII JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (13 de abril)
2004	XIX JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (4 de abril)
2005	XX JMJ Celebración internacional: Colonia (16-21 de agosto)
2006	XXI JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (9 de abril)
2007	XXII JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (1 de abril)
2008	XXIII JMJ Celebración internacional - Sídney (Australia) (15-20 julio)
2009	XXIV JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (5 abril)
2010	XXV JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (28 marzo)
2011	XXVI JMJ Celebración internacional - Madrid (España) (16-21 agosto)
2012	XXVII JMJ Celebración diocesana: Domingo de Ramos (1 abril)
2013	XXVIII JMJ Celebración internacional - Río de Janeiro (Brasil) (23-28 julio)

Referencias

Recorrido de la cruz y el icono por las diócesis españolas, consultado en http://madrid11.com/camino/index.php?option=com_content&view=article&id=97

Spot “El Alma de Madrid”. (2011) Consultado en <http://www.youtube.com/watch?v=sAjbUNQP0wM> el 17 de septiembre de 2011.

Dossier de prensa diario del Obispado de Málaga (2-8 MAYO –CRUZ JMJ–) (11-15 AGOSTO –DED’S–). Consultado en <http://www.diocesismalaga.es/dossier> el 23 de septiembre de 2011

Declaraciones de Alberto Ruiz Gallardón publicadas el 26/9/2011 y consultadas en <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Mediosde-Comunicacion/Notas-de-prensa/Premios-Madrid-Turismo?vgnextfmt=default&vgnextoid=43c5ec6b975a2310VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=6091317d3d2a7010VgnVCM100000dc0ca8c0RCRD> el 27/9/2011

Encuesta Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR). Agosto 2011 consultada en <http://www.mityc.es/es/es/gabineteprensa/notasprensa/documents/npfronturagosto220911.pdf>. El 1 de octubre de 2011

“La Cámara de Comercio de Madrid estima en unos 160 millones los beneficios para hoteles, transportes y comercios”. Consultado en <http://www.europapress.es/economia/noticia-jmj-camara-comercio-madrid-estima-160-millonesbeneficios-hoteles-transportes-comercios-20110821153320.html> el 21 de agosto de 2011

Nota de prensa de la JMJ 2011 publicada el 10 de agosto de 2011. Consultada en http://www.madrid11.com/pressoffice/images/stories/prensa/comunicados/es/10082011_es.pdf el 3 de septiembre de 2011.

Nota de prensa de la JMJ 2011 publicada el 23 de agosto de 2011. Consultada en <http://www.madrid11.com>

com/pressoffice/images/stories/comunicados/20110823_balance_jmj-esp.pdf el 3 de septiembre de 2011

Pujol, F. (2011) Avance de Resultados de la JMJ Madrid 2011. Consultado en http://www.unav.es/econom/sport/files/resourcesmodule/@random4562ca6fb6e9a/1314352304_54000_noticias_sobre_las_JMJ_2.pdf, el 23 de septiembre de 2011

“Aumentan en un 70% las búsquedas de vuelos a Madrid tras la JMJ, según Skyscanner”, consultado en <http://www.europapress.es/madrid/noticiaaumentan-70-busquedas-vuelos-madrid-jmj-skyscanner-20110901115257.html> el 21 de septiembre de 2011

1Calificación del Cardenal Rouco a la JMJ en la rueda de prensa de balance de la misma. Consultado en http://www.madrid11.com/pressoffice/images/stories/comunicados/20110823_balance_jmj-esp.pdf el 23 de agosto de 2011.

“El 90% de peregrinos del JMJ da un sobresaliente a Madrid”. Consultado en <http://www.gad3.com/es/noticias#/el-90-de-peregrinos-del-jmj-da-un-sobresaliente-amadrid> el 20 de octubre de 2011.

“Candidatura al Premio Príncipe de Asturias de la Concordia de la Jornada Mundial de la Juventud Madrid 2011”. Consultado en <http://www.madrid11.com/es/component/chronocontact/?chronofornname=Candidatura>, el 13 de octubre de 2011.

Discurso del Rey Juan Carlos I en la despedida al Papa Benedicto XVI. Consultado en <http://www.conferenciaepiscopal.es/index.php/discursosjnj/2203-discurso-del-rey-juan-carlos-i-en-la-despedida-al-papa-benedic-toxvi.html> el 3 de octubre de 2011.

“La JMJ, premio de Turismo de Madrid”. Consultado en <http://www.madrid11.com/es/noticias/1686-la-jmj-premio-de-turismo-de-madrid> el 23 de octubre de 2011.

LA PARTICIPACIÓN MÓVIL EN LOS JÓVENES DE POBLACIONES VULNERABLES EN COLOMBIA*

Elias Said-Hung

Director del Observatorio de Educación del Caribe Colombiano y docente del Departamento de Comunicación Social y Periodismo

Facultad de Ciencias Sociales. Universidad del Norte. Km 5 vía Puerto Colombia, piso 2, bloque D, of. 2-11D. Barranquilla, Colombia. CP 00000 Tlf: + 57 3014819654 Email: saide@uminorte.edu.co

Resumen

Esta ponencia, parte de los resultados del proyecto "La apropiación y la participación ciudadana móvil en los jóvenes de poblaciones vulnerables en Colombia", con el fin de explorar el grado de apropiación y el modelo de participación ciudadana, a través de la telefonía celular, en los jóvenes en condición de vulnerabilidad en Colombia. Para tal fin, se aplicaron, en el primer trimestre de 2010, 383 encuestas aplicadas en el Distrito

de Barranquilla, cuyos datos fueron ponderados a nivel nacional, con el fin de delinear un entorno digital en el que, pese a que los jóvenes están en posesión y hacen un uso personal de teléfonos móviles, la participación social y relación con organizaciones sociales es incipiente, y realizado desde un modelo de comunicación de receptor pasivo.

Palabras clave

Jóvenes, Telefonía Móvil, Participación, Apropiación, Vulnerabilidad

Abstract

This communication will expose the results of the project "La apropiación y la participación ciudadana móvil en los jóvenes de poblaciones vulnerables en Colombia", with the purpose of exploring the degree of appropriation and the model of citizen's participation, through the mobile technology, in young people in vulnerable conditions in Colombia. For this purpose, the project where is based this communication, did,

in the first trimester of 2010, 383 surveys in the District of Barranquilla. This data were average at national level, with the purpose of to delineate digital context in which, although the young people are in possession and make a use personal of movable telephones, the social participation and relation with social organizations is incipient, and realized from a model of communication of passive receiver.

Key words

Youth, Phone, Mobile, Participation, appropriation, vulnerability

* Este trabajo se llevó a cabo con la ayuda de fondos asignados al IEP por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo y de la Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional, Ottawa, Canadá

Introducción

En Colombia, la penetración de la telefonía móvil se ubica para el primer trimestre de 2009, en una media porcentual aproximada de abonados de 89,5% del total de la población, con una cobertura de la señal de casi el 100% en casi la totalidad del territorio colombiano; mientras que al hablar de Internet, ordenadores, y TV por suscripción, presentan una penetración del 12,8%, 22,8%, 43,8%, respectivamente, para 2008.

El contexto expuesto nos muestra un horizonte, en el que resultaría interesante analizar las capacidades que disponen las poblaciones vulnerables en Colombia para el ejercicio de la participación ciudadana, a través de los recursos TIC dispuesto, al caracterizarse en poseer unas condiciones socio-económicas y educativas que inciden negativamente en la capacidad directa que tienen en hacer parte activa al interior del proceso de digitalización de nuestras sociedades.

Objetivos

Objetivo General:

Estimar el modelo de participación ciudadana, a través de la telefonía móvil, en los jóvenes de sectores sociales vulnerables en Colombia.

Objetivos específicos:

- Conocer los niveles de acceso y uso de las tecnologías y servicios de telefonía móvil en jóvenes de sectores sociales vulnerables en Colombia.
- Establecer el tipo de relación y nivel de participación que ejercen los jóvenes de sectores vulnerables en Colombia al interior de grupos civiles, ONGs e instituciones públicas.
- Distinguir las ventajas que ofrece la telefonía móvil como canal de comunicación y participación ciudadana en los jóvenes de sectores sociales vulnerables en Colombia.
- Determinar los rasgos que caracterizan la participación ciudadana, desde la telefonía móvil, en los jóvenes de los sectores sociales vulnerables en Colombia.

Metodología

Las variables y categorías propuestas en este trabajo (tabla 2.1 - Anexo) fueron medidas a partir de la aplicación de una encuesta a una muestra probabilística estratificada por edad, género y estrato socioeconómico, de la población de estudio: jóvenes, de ambos géneros, registrados en el Sisben 1 y 2, cuyo rango de edad se ubiquen entre los 14 y 26 años de edad¹. En total, la muestra estuvo integrada por 383 entrevistados, de un total aproxi-

1 Rango etáreo de juventud establecido en Colombia, a partir de la Ley n° 375 del 4 de julio de 1997

mado de 187.400 personas², pertenecientes a dicha población, con nivel de confianza del 95% y $\alpha = 0,05$.

La selección de los subniveles de estratificación obedeció a la ubicación geográfica, el sexo, y la edad, además de considerarse para la construcción de dicha muestra la composición de la población objetivo a nivel nacional. De tal manera que facilitase su proyección a nivel macro, por medio de la distribución muestral establecida para la recopilación a efectuarse en las cinco localidades que conforman el Distrito Barranquilla, a saber: Norte-Centro Histórico, Riomar, Metropolitana, Sur Occidente, y Sur Oriente.

Para la selección de los puntos específicos de aplicación en dichas localidades se dio prioridad a Instituciones Educativas y unidades comerciales de amplia afluencia de personas pertenecientes a la población de estudio, tales como centros comerciales y mercados públicos informales; seleccionados previamente para el levantamiento de la información. La selección de estos puntos se hizo partiendo del principio de que la ubicación de cada punto en la ciudad, barrios de estratos 1 y 2, permitiría:

- El aumento de la probabilidad de la toma de contacto aleatorio con las diferentes unidades muestrales requeridas para esta investigación;
- Por ser los espacios identificados cuyo nivel de seguridad permitirá a los encuestadores el desarrollo de sus labores durante el proceso de levantamiento de la información.

Los datos recabados, además de permitirnos comprender más en torno a la temática propuesta, nos facilitó el desarrollo de un modelo prospectivo de los datos estadísticos obtenidos, a partir del cruce de los resultados generados en este proyecto con indicadores socio-demográficos nacionales, los cuales fueron empleados para establecer la estimación en torno a la apropiación y participación ciudadana móvil al interior de la población de estudio en Colombia, en general, a partir de la ponderación de los resultados generados en Barranquilla, al interior de la población de estudio. El análisis de la temática a nivel nacional se logró por medio de la ponderación de los resultados generados con los datos existentes del Sisben³ a nivel nacional, los cuales nos permitieron la determinación del peso de la población de estudio en Barranquilla, así como la selección estratificada por peso de la muestra de este trabajo, según los criterios de selección propuestos en este documentos (edad, sexo, registrados en el Sisben 1 y 2).

Los datos mostrados en el marco de este informe, fueron ponderados a partir los datos existentes del Sisben⁴ a nivel nacional, los cuales nos permitieron la determinación del peso de la población de estudio en Barranquilla, así como la selección estratificada por peso de la muestra de este trabajo, según los criterios de selección propuestos en este documentos (edad, sexo, registrados en el Sisben 1 y 2). El desarrollo de esta ponderación tomo el Sisben como referente estadístico para la obtención de resultados a nivel nacional, ya que éste, según el Departamento Nacional de Planeación de Colombia (DNP), es:

2 Cálculo extraído a partir de la estimación elaborada de habitantes registrados al Sistema de Identificación de Potenciales beneficiarios de Programas Sociales (Sisben) en Barranquilla, pertenecientes a los estratos 1 y 2, 794.069 personas para marzo de 2009, según el peso relativo porcentual que tienen los jóvenes del rango de edad tomado en consideración en este proyecto, al interior de la población general residente en Barranquilla, según proyecciones calculadas por el DANE, para 2009, es decir, 278.240 habitantes de un total aproximado de 1.179.098 como total general.

3 <http://www.sisben.gov.co>

4 <http://www.sisben.gov.co>

“un sistema de identificación de potenciales beneficiarios de Programas Sociales. Esta es una herramienta de identificación, que organiza a los individuos de acuerdo con su estándar de vida y permite la selección técnica, objetiva, uniforme y equitativa de beneficiarios de los programas sociales que maneja el Estado, de acuerdo con su condición socioeconómica particular.” DNP-2009

Por lo tanto, independientemente de su ubicación geográfica, la población registrada en el Sisben 1 y 2 en Colombia, cumple con un estándar mínimo de características que definen su situación socioeconómica y de vulnerabilidad. Por otro lado la metodología de cálculo del SISBEN (II y III), responde a un concepto multidimensional de pobreza e Incluye elementos de las condiciones de vulnerabilidad de la población (DNP, 2010).

1. Aspectos conceptuales

1.1. La ciudadanía digital en los jóvenes.

La naturaleza propia de los avances TIC, caracterizada por el aumento y la velocidad de la información, así como el aumento del volumen informativo, fácilmente accesible por parte de los jóvenes en la actualidad, trae consigo un potencial contexto de mediación que: por una parte, puede afectar los aspectos motivacionales vinculados con el compromiso hacia la vida pública alrededor de los miembros de este colectivo; o bien, ampliar las actividades e implicaciones sociales de los jóvenes a nivel social, por medio del acceso a información que les permita la traducción de potenciales intereses en acciones concretas, dirigidas a la transformación del entorno en el que habitan (Delli, 2006).

Las tecnologías peer-to-peer, blogs, celulares 3G, o redes inalámbricas, entre otros soportes; permiten a un mayor número de personas, en especial en los jóvenes, miembros de las Generación Next u otras antes referidas, un aumento de las capacidades de interiorización del cambio de rol pasivo a uno cada vez más activo de participación alrededor del proceso de construcción de la información y el conocimiento en las sociedades contemporáneas. La transformación de roles a nivel social de los usuarios de los recursos TIC, les permite a estos, al menos potencialmente, la apertura de nuevos escenarios de vinculación de las comunidades e instituciones públicas, en el que estos pueden asumir una posición más efectiva como agentes ciudadanos más efectivos para el desarrollo de acciones que incidan favorablemente a su entorno.

Las facilidades de la libre expresión desde el uso efectivo de las TIC para la promoción de una cultura ciudadana en los jóvenes, además de extender los escenarios de creatividad e iniciativas en estos, facilitarían la generación de nuevos recursos de reafirmación de la identidad y de las habilidades cívicas en ellos, a través de:

- El desarrollo y articulación de su pensamiento en aspectos o temáticas relacionadas con la esfera pública y social que les rodea.
- La estructuración de los hábitos de iniciativa, análisis y pensamiento independiente.
- Desarrollando su sentido cívico.

- La creación de foros o contextos dialógicos donde los jóvenes puedan compartir y diferenciar puntos de vista de otras personas.

Lo hasta ahora expuesto, tal como lo menciona Flores (2009), se logrará desde la promoción de dos imperativos a tener en consideración para el aprovechamiento de las capacidades intrínsecas en los diferentes soportes TIC:

- La focalización de la acción en las personas y sus actitudes, es decir, en cómo usan las tecnologías y no en qué tipo de tecnología tienen acceso.

- Y en la promoción de un escenario de seguridad durante el uso de la tecnología, desde una perspectiva en el que más que evitarse ser víctimas se desarrollen competencias ciudadanas que habiliten a los jóvenes y restos de miembros de la sociedad a ejercer sus rol cívico desde los escenarios sociales digitales o mediados por las TIC.

La promoción de dichos imperativos se logrará en la medida que:

- Se estimule el uso positivo de internet y restos de recursos TIC existentes en la actualidad, a favor del aumento de la percepción en los jóvenes de estos como herramientas de poder, participación, encuentro, intervención social, y de construcción del sentido de pertenencia a determinados grupos y espacios sociales.

- Se amplíen las estrategias para la auto-referencialidad de los jóvenes como actores del proceso de construcción del ciudadano digital.

- Se aumente el conocimiento en los adultos de los diferentes usos de los recursos TIC que pueden hacer los jóvenes en la actualidad.

- Se adquiera una conciencia de los cambios y oportunidades que hoy tenemos al frente, ante el desarrollo de las TIC en nuestras sociedades.

1.2. Los jóvenes ante la tecnología móvil.

Los jóvenes, no sólo, han comenzado a tomar el control de sus demandas alrededor de los celulares, sino que han venido redefiniendo el cómo se establece la movilidad ejercida por estos, a través de dichos dispositivos. Además, se han convertido en uno de los principales grupos de consumo del móvil en Estados Unidos, por ejemplo, hasta llegar a generar unos niveles de ganancia, solo en este país, de 100 billones de dólares en 2008 (CTIA-The Wireless Association & Harris Interactive, 2008).

El creciente aumento del control y penetración de este dispositivo en los jóvenes trae consigo, la generación de nuevos mecanismos de auto regulación de su relación con éste, por parte de padres, madres y resto de actores sociales interesados en velar por las posibles incidencias que puede traer consigo el uso excesivo del celular, en la formación y crecimiento de dichos ciudadanos. Cada una de estas medidas, pueden ayudar a la reducción de factores negativos alrededor de la apropiación y uso de los celulares en los jóvenes; sobre todo, al momento de, reducir las posibles incidencias que la excesiva exposición de los jóvenes a este tipo de dispositivos TIC pueden traer consigo en la pérdida de la memoria en ellos; así como en la reducción del descanso de estos; en el aumento de factores de distracción, sobre todo cuando llevan a cabo actividades que demandan un alto nivel de concentración, como por ejemplo el conducir (Rainie, 2006; Rainie & Keeter, 2006; Madden & Lenhart, 2009); y en el auge de mecanismos para el ejercicio del cyberbullying desde los celulares (Hinduja & Patchin, 2009). Los impactos antes generados, provienen de actividades residuales alrededor de los celulares, al momento de, por

parte de los jóvenes, por ejemplo:

- Reproducir uno de los principales rasgos de la Generación Next que constituyen (Sempere, 2002), a saber: la capacidad multi-task, al momento de realizar múltiples actividades en un mismo momento.
- Llevar a cabo lo que se conoce como "sexting", en el que se envía contenidos eróticos o pornográficos, a través de los celulares.
- Recibir mensajes "no deseados", con contenidos amenazantes o no aptos para la edad que poseen.
- La sobre-exposición al día de los jóvenes a los celulares.

2. Resultados.

Cuando hablamos de la relación y nivel de participación de los jóvenes de sectores vulnerables, registrados en el Sisben 1 y 2, en Colombia al interior de grupos civiles y ONGs e instituciones públicas, vemos como un reducido porcentaje de estos (23% de los encuestados) manifestaron poseer algún tipo de afiliación a instituciones juveniles religiosas y sociales, entre otros; mientras que solo el contacto con grupos religiosos parece ser el tipo de vinculación más consistente en ellos (27,6% de los encuestados). Estos datos nos muestran además como, al interior de este colectivo pese a la capacidad de manifestar y/o reconocer problemáticas sociales vinculadas con su entorno, inclusive antes de los directamente relacionados con su condición laboral y acceso a recursos, el nivel de participación de estos al interior de la sociedad civil existente en el país resulta alarmantemente reducido o inexistente (52,9% de los encuestados no tienen ningún tipo de vinculación civil o social; y apenas el 19,5% señaló alguna institución no política como afiliación).

Al momento de cruzar los datos obtenidos de la variable dependiente, afiliación a grupos civiles, en los jóvenes encuestados con el conjunto de variables categóricas independientes de tipo socio-demográficos (edad, género, situación laboral, nivel de ingreso, y tipo de registro en el Sisben), la prueba del Chi-cuadrado (tabla 1) nos permite señalar que el sexo, la situación laboral y el nivel de estudio son los factores relacionados estadísticamente significativos la afiliación o no de los miembros de la población de estudio en instancias o agrupaciones civiles. Por tanto, la afiliación en los jóvenes estudiados a agrupaciones civiles será mayor cuando son mujeres, estudiantes, y cuando su nivel de formación mayor. Lo que implica que la afiliación a agrupaciones civiles pudiese venir dada por aspectos culturales que impulsan a las jóvenes mujeres a ser más proclives a "hacer vida" dentro de estas agrupaciones civiles de participación ciudadana; así como también, al posible impacto del nivel formativo en el reconocimiento de estos escenarios de acción social para el ejercicio efectivo de la participación ciudadana, y por el tiempo libre que pueden tener aquellos integrantes de la población de estudio no vinculados con el mercado laboral, al momento de realizarse el estudio.

Tabla 1: Prueba del Chi-Cuadrado generada a partir del cruce de la variable dependiente, afiliación a grupos civiles, con variables socio-demográficas de jóvenes encuestados para 2010.

VARIABLES INDEPENDIENTES	Valores	gl	Sig.
Sexo (N=383 / n=377)	4.053	1	,044
Situación laboral (N=383 / n=377)	23,253	5	,000
Nivel de estudio (N=383 / n=382)	17,668	7	,014
Tipo de registro en el Sisben (N=383 / n=382)	2.428	1	,119
Edad (N=383 / n=382)	6.205	3	,102
Nivel de ingreso familiar (N=383 / n=377)	7,839	6	,250

Fuente: Elaboración propia.

Al momento de cruzar los datos obtenidos de la variable dependiente, tipo de afiliación, en los jóvenes encuestados que manifestaron estar adscritos a agrupaciones civiles, con el conjunto de variables categóricas independientes de tipo socio-demográficas (edad, género, situación laboral, nivel de ingreso, y tipo de registro en el Sisben), la prueba del Chi-cuadrado y Tau-C de Kendall no dieron evidencia para poder asegurar relaciones estadísticamente significativas ($\text{Sig.} \leq 0.05$) en torno al tipo de afiliación y las variables socio-demográficas consideradas en este proyecto. Por tanto, no existen evidencias que nos permitan hacer aseveraciones que nos orienten a que el sexo, edad, nivel de estudio, situación laboral, tipo de registro en el Sisben, y el nivel de ingreso que se relacionen directamente en que los jóvenes pertenecientes a la población de estudio ejerzan roles de beneficiarios, equipo técnico o miembro directivo, al interior de estas instancias de participación ciudadana.

Al cruzar el tiempo de afiliación a grupos civiles, en los jóvenes encuestados con el conjunto de variables categóricas independientes de tipo socio-demográficas (edad, género, situación laboral, nivel de ingreso, y tipo de registro en el Sisben), la prueba del Chi-cuadrado (tabla 2) nos permite señalar que el nivel de estudio y la situación laboral son las variables que presentan una relación estadísticamente significativas con el tiempo de afiliación de los miembros de la población de estudio en instancias o agrupaciones civiles.

Estos resultados nos permiten señalar que el tiempo de afiliación en los jóvenes estudiados a agrupaciones civiles será mayor cuando el nivel de formación sea más próximo a niveles universitario y se encuentren en condición de estudiante. Esto, pudiese venir dado como resultado de la relación que tiene la formación en el reconocimiento de estos escenarios para la participación ciudadana a nivel social, al interior de este colectivo, y también, por el tiempo libre dispuestos en ellos, para el desarrollo de actividades vinculadas con la participación ciudadana desde estos escenarios civiles.

Tabla 2: Prueba del Chi-Cuadrado generada a partir del cruce de la variable dependiente, tiempo de afiliación a grupos civiles, con variables socio-demográficas de jóvenes encuestados para 2010.

VARIABLES INDEPENDIENTES	Valores	gl	Sig.
EDAD (N=88 / n=86)	8559	6	,200
SEXO (N=88 / n=86)	.142	2	,932
Nivel de Estudios (N=88 / n=87)	27321	12	,007

Situación laboral (N=88 / n=87)	15639	6	,016
Tipo de registro en el Sistema (N=88 / n=86)	11939	8	,154
Nivel de ingreso (N=88 / n=87)	32,239(a)	20	,041

Fuente: Elaboración propia.

Nota: Se excluye esta variable en el análisis al haber 22 casillas (73,3%) con una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,05.

A pesar que en el instrumento aplicado en este proyecto no tenía pautado preguntas que buscaran analizar los motivos del por qué se habían realizado el contacto, en los últimos 6 meses, entre grupos civiles, instituciones públicas y ONGs, y los jóvenes, desde la medicación de cada forma de comunicación expuesta por los encuestados; los datos obtenidos (tabla 3) si nos permiten ver cómo:

- Un alto porcentaje del contacto ejercido entre estas instancias de organización ciudadana y lo jóvenes estudiados está siendo realizado por medio de recursos tradicionales, como por ejemplo: el contacto directo (personal) entre responsables de las diferentes instancias gubernamentales o de la sociedad civil y miembros de este colectivo. Sobre todo esto se aprecia más en la relación constituida entre los jóvenes encuestados y las instituciones públicas, donde el ejercicio de participación en dichas esferas de acción social parecen estar claramente mediados aun por el contacto personal que por otros recursos de mediación dispuestos en la actualidad, por parte de la población de estudio.
- Las llamadas desde el celular resultó ser el principal recurso tecnológico o dispositivo - muy por encima del envío de mensajes de texto, las llamas de teléfono fijo, o internet - que permite a los jóvenes encuestados el ejercicio participativo con las diferentes instancias civiles existentes a nivel social, o al menos con aquellas que son relevantes para estos tener contacto, al momento de realizar este estudio.
- De las diferentes instancias de participación ciudadana puestas en consideración entre los jóvenes encuestados de la población de estudio, son los grupos civiles locales donde se aprecia una mayor presencia de la mediación comunicativa ejercida desde el celular, a través de las llamadas de celular y mensajes de texto, en comparación con el resto de dispositivos tecnológicos dispuestos para el contacto entre ambos grupos señalados. Ello, pudiese ser como resultado de la cercanía y dimensiones locales propias de estas instancias de participación civil (grupos deportivos, religiosos, y culturales, entre otros), las cuales les brinda una potencial mayor facilidad al momento de acceder directamente y bajo otras modalidades de contacto con sus afiliados.

Tabla 3: Forma de comunicación de grupos civiles, instituciones públicas y ONGs con jóvenes analizados en Colombia para 2010

Medio de comunicación	Grupos civiles*		Instituciones públicas y ONGs^	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Física/personalmente	49	56,3%	142	79,3%
Teléfono fijo	6	6,9%	5	2,8%
Carteleras	2	2,3%	1	,6%

Llamadas de celular	21	24,1%	27	15,1%
Mensajes de texto	2	2,3%	-	0%
Internet (emails)	7	8,0%	4	2,2%
Total	87	100%	179	100%

Fuente: Elaboración propia.

Dato: * N=88 / n=87

^N=179 / n=179

Al momento de establecer un modelo de Regresión Logística Binaria Multivariante que permita entender qué variables tienen mayor incidencia sobre la participación ciudadana en los jóvenes desde grupos civiles, esta regresión (tabla 4) nos permite apreciar como: el aumento de la edad, la condición de género (mujeres), la mayor presencia de integrantes en la familia donde habitan los jóvenes, y el registro en una mayor categoría en el Sisben -en menor nivel de significación estadística- determinan la probabilidad de afiliación a grupos sociales. Los resultados antes expuestos nos permiten señalar que la participación ciudadana en los jóvenes analizados, desde los grupos civiles, dependerá de factores de índole únicamente socio-demográficos, no relacionados con el uso de la tecnología. Por lo tanto podemos afirmar que parece existir un desconocimiento de las verdaderas potencialidades de los celulares y su impacto de estos sobre los cambios sociales efectivos.

Tabla 4: Modelo de Regresión Logística Binaria Multivariante para identificación de la relación entre la afiliación en agrupaciones civiles en los jóvenes analizados en Colombia y aspectos socio-económicos presentes en 2010

Efecto	Criterio de ajuste del modelo	Contrastes de la razón de verosimilitud		
	-2 log verosimilitud del modelo reducido	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Intersección	65,059	,000	0	.
Edad	85,562	20,503	5	,001
Sexo	81,083	16,024	5	,007
Composición Familiar	85,074	20,015	10	,029
SISBEN	82,894	17,835	10	,058

Fuente: Elaboración propia.

Dato: -2 log de la verosimilitud=61,11699559

R cuadrado de Cox y Snell=0,65.

R cuadrado de Nagelkerke=0,748

R cuadrado de McFadden=0,516

Método = Por pasos hacia adelante (Condicional)

Los datos obtenidos, nos permite trazar las coordenadas alrededor de cómo está dándose la participación ciudadana en los jóvenes analizados desde los grupos civiles, instituciones públicas y ONGs. En primer lugar, podemos apreciar la baja participación al interior de instancias formales de organización ciudadana, por parte de los encuestados de la población de estudio, la cual gira en torno a organizaciones de carácter religioso, en su mayoría.

En la actualidad, las relaciones constituidas entre jóvenes en condición de vulnerabilidad, registrados en el Sisben 1 y 2, en Colombia y las agrupaciones civiles formales existentes o dispuestas en los diferentes entornos sociales de acción, de cada miembro integrante de esta población, parecen orientarse a las actividades de difusión, es decir, orientadas a organización de eventos, y a la emisión y recepción de mensajes informativos, de diferente índole. Ello, en medio de un contexto, en el que la mediación comunicativa, personal o física, están actualmente determinando el devenir de dichas relaciones, las cuales resultan, según los resultados obtenidos en este estudio, afines a roles más pasivos dentro de la estructura organizativa dispuesta en los diferentes grupos civiles, a saber, el de beneficiarios.

En cuanto al rol que cumple el celular en el ejercicio de la participación ciudadana y en el establecimiento de redes sociales, al interior de la población de estudio, los resultados nos permite señalar que, si bien el celular no parece cumplir un rol destacado, en comparación con el contacto ejercido de forma directa o personal, si se ubica liderando la mediación comunicativa desde los soportes tecnológicos dispuestos en la actualidad (internet, teléfonos fijos, entre otros), lo que, a nuestro modo de ver, pareciese estar reafirmando, al menos de forma incipiente o relativa, lo expuesto por Artenton (1998), al momento de estar presentándose en la población de estudio, algunos rasgos de la democracia digital, como resultado de la incipiente práctica democrática, sin la mediación temporal, espacial o física, desde los celulares. Convirtiéndose estos, cada vez más una forma más clara, en medios alternativos de una participación ciudadana, aun, para el caso que nos atañe en este informe, caracterizada por la prominencia de los rasgos estáticos mencionados por Holzer et al (2004).

Por todo lo antes expuesto La participación ciudadana, en general y a través de los celulares, en los jóvenes pertenecientes a sectores vulnerables, registrados en el Sisben 1 y 2, en Colombia, es baja y estática. A pesar de las potencialidades implícitas que pueden estarse apreciando alrededor de la participación ciudadana de los jóvenes analizados desde los dispositivos celulares.

Conclusiones

Los resultados obtenidos nos muestran, a unos jóvenes regidos por estrategias estáticas de acción social alrededor del empleo de los celulares para el ejercicio de la participación ciudadana desde los grupos civiles existentes en sus entornos sociales.

Por tanto, la ciudadanía digital, ejercida desde el aprovechamiento de los celulares para el ejercicio de la participación ciudadana de los jóvenes estudiados en este trabajo, parece encontrarse en estado incipiente (bajo) y a niveles estáticos de desarrollo. Ello, como resultado del comportamiento pasivo observado a partir de los datos generados en este estudio, en lo que se refiere al cómo se dan las relaciones jóvenes estudiados versus agrupaciones e instancias civiles, en general, y desde el empleo de los celulares; así como por la importante promoción de escenarios inclusivos de comunicación observados desde el empleo de los celulares, que han permitido el uso frecuente de este dispositivo en mayor medida que lo observado a partir de las respuestas de los encuestados, en lo relacionado con otros recursos o soportes TIC, existentes en la actualidad.

El escenario actual delineado en torno a la ciudadanía móvil desde los jóvenes estudiados, nos lleva a ubicar el desarrollo de este tipo de ciudadanía de forma incipiente, ya que la diseminación de la información y el fomento

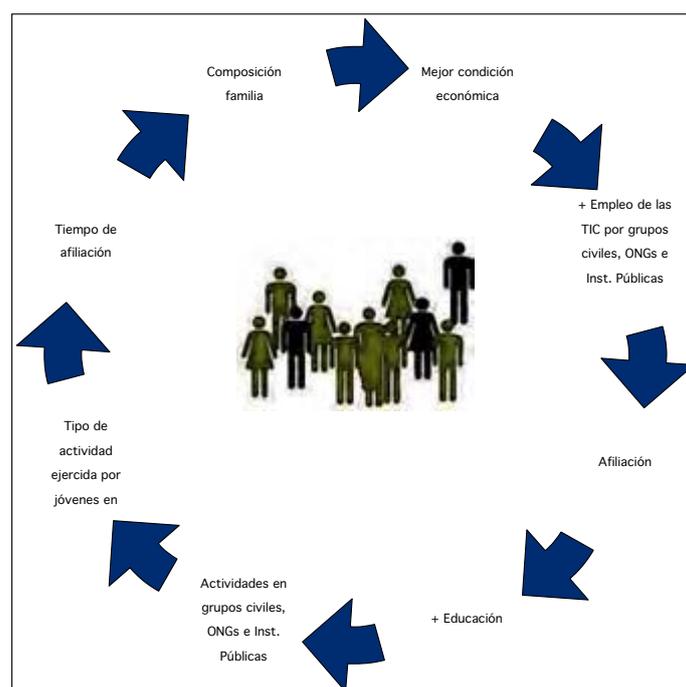
de la deliberación ciudadana parece estar siendo aplicada desde la lectura directa de la información, así como, por la exposición emitida por las diferentes instancias civiles de participación ciudadana, con los que los miembros toman contacto, como afiliados o no a dichas agrupaciones.

A pesar de lo antes expuesto, los resultados generados también nos permiten resaltar la incipiente promoción, desde los celulares, de nuevos mecanismos de participación social (Zavestoski & Shulman 2002; Zavestoski, Shulman & Schlosberg, 2006), al interior de la población de estudio. Ello, a partir de la posición de liderazgo, en comparación con el resto de soportes que fueron empleados, durante la toma de contacto entre los grupos civiles y los jóvenes encuestados, pertenecientes a la población de estudio.

Si bien es cierto que, la naturaleza propia de los avances TIC traen un potencial contexto de mediación que puede afectar a los aspectos motivacionales vinculados con el compromiso hacia la vida pública, así como la ampliación de las actividades sociales de los jóvenes a nivel social; la falta de articulación de una perspectiva, al interior de las instituciones públicas, ONGs y grupos civiles, que permitan dar un sentido mayor de usabilidad de las TIC, en nuestro caso de los celulares, en el ejercicio activo de los derechos de los ciudadanos y dar un sentido a su participación desde estos dispositivos, parece ser uno de los puntos pendientes alrededor de la relación establecida entre población de estudio y los grupos civiles.

Las relaciones sociales ejercidas por los jóvenes estudiados desde los celulares, además de centrarse en esferas relacionadas con el ocio, las amistades y la familia, no parece trascender activamente en su acción social participativa, lo cual reduce o limita las capacidades señaladas por nosotros, en lo que se refiere a las potencialidades de los celulares, a favor de actuaciones más dinámicas que involucren la generación efectiva de una ciudadanía móvil en la actualidad. Esto, a pesar del elevado reconocimiento existente, entre los miembros de la población de estudio encuestados para el desarrollo de este proyecto, en lo referente a la importancia de los celulares para el ejercicio de la participación y ciudadanía móvil, así como del reconocimiento desde este proyecto de un conjunto de factores que incidirán en lo aquí expuesto (diagrama 1).

Diagrama 1: Factores que inciden en la participación ciudadana de los jóvenes en condición de vulnerabilidad, registrados en el Sisben 1 y 2, en Colombia en 2010



Fuente: Elaboración propia.

La integración de la teoría con los datos recogidos en este proyecto nos lleva a plantear dos modelos de participación en los jóvenes analizados, según las dimensiones sociales de actuación de estos. Por una parte, asumiendo un rol receptor-pasivo desde los celulares, en el que son más consumidores de información difundida por los diferentes actores sociales; y por la otra, asumiendo un rol de emisor-activo, ante sus familiares y amigos, a través de las llamadas y envío de mensajes de textos desde los celulares.

A partir de los modelos antes mostrados, podemos señalar finalmente que los datos generados en este proyecto, nos muestran un contexto actual débil y estático de ciudadanía digital, mediada por el celular en los jóvenes en condición vulnerable, registrados en el Sisben 1 y 2, en Colombia, ya que las relaciones constituidas con el resto de agrupaciones civiles, ONGs e instituciones públicas se avocan más a la recepción de actividades de divulgación y roles de beneficiarios o receptores de servicios que en la participación activa y efectiva de ellos en el proceso de trascendencia y mejora de sus condiciones sociales.

En conclusión, podemos señalar que los miembros de este colectivo analizado, parecen construir sus relaciones sociales desde los celulares desde las esferas afectivas y no ciudadanas, dejando a un lado el conjunto de derechos políticos, civiles y sociales que ayudan a la construcción del sentido de pertenencia con su entorno social, a través del empleo de los celulares como dispositivos de mediación de dicho proceso. Por tanto, la conciencia de pertenencia a una determinada sociedad en los jóvenes analizados no se construye desde el sentido ciudadano, mediado por el acceso y uso de los celulares, ya que parece no existir en la actualidad mecanismos de construcción del sentido de co-responsabilidad social por parte de estos, a través de dichos dispositivos. Ello, como consecuencia de caracterización socio-económica, y la falta de creatividad de las instituciones públicas, grupos civiles y ONGs al menos desde los datos obtenidos a partir de los jóvenes analizados, potencialmente en contacto con dicho grupo, al momento de construir sus relaciones con los jóvenes de una forma más dinámica o activa, que la simple divulgación o difusión informativa de actividades.

Referencias

- Arterton, C. (1998). Political Participation and Teledemocracy. *Political Science and Politics*, Vol 21(3), pp. 620–626.
- Castells, M. et. Al. (2007). *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*. Madrid: Ariel-Fundación Telefónica.
- CTIA-The Wireless Association y Harris Interactive (2008). *A generation unplugged*. Research Report. Recuperado de http://files.ctia.org/pgl/HI_TeenMobileStudy_ResearchReport.pgl.
- DANE (2005). *Censo General 2005*. Recuperado de http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124.
- Delli, M. (2006). *The Youth Engagement Initiative: Strategy Paper*. Pew Trust. Recuperado de http://www.pewtrusts.com/misc_html/pp_youth_strategy_paper.cfm.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN DE COLOMBIA (2010). *Sistema de Información*. Colombia: Gobierno de Colombia. 2010.
- Donner, J. (2008). *Research Approaches to Mobile Use in the Developing World: A Review of the Literature*. *The Information Society*, Vol 24, pp. 140–159.

- Flores, J. (2009). Uso seguro de Internet y ciudadanía digital responsable. Pantallas Amigas. Recuperado de <http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/uso-seguro-de-internet-y-ciudadania-digital-responsable.shtm>.
- Hinduja, S. & Justin P. (2009). Cyberbullying Research Summary. Trends in Adolescent Online Social Networking. Recuperado de http://www.cyberbullying.us/myspace_youth_research_over_time.pgl.
- Holzer, M. et. Al (2004). Restoring Trust in Government: The Potential of Digital Citizen Participation. Newark: IMB.
- Madden, M. & Lehart, A. (2009). Teens and Distracted Driving. Recuperado de www.pewinternet.org/.../Teens-and-Distracted-Driving.aspx.
- Rainie, Lee & Scott Keeter <<Americans and their cell phones>> En: <http://www.pewinternet.org/Reports/2006/Americans-and-their-cell-phones.aspx> (última consulta: 24/04/10). 2006
- Rainie, L. (2006). Phone use. Pew Internet. Recuperado de http://www.pewinternet.org/~media//Files/Reports/2006/PIP_Cell_phone_study.pgl.pgl (última consulta: 24/04/10). 2006
- Sempere, P. (2007). McLuhan en la Era Google. Madrid: Editorial Popular.
- SISBEN (2010). Reporte Base Certificada. Recuperado de <http://www.sisben.gov.co/Informaci%C3%B3n/tabid/48/language/es-ES/Default.aspx>.
- Zavestoski, S. & Shulman S. (2002). The Internet and environmental decision-making: A dialogue. *Organization & Environment*, Vol 15(3), pp. 323–7.
- Zavestoski, S., Shulman S. & Schlosberg D. Democracy and the Environment on the Internet: Electronic Citizen Participation in Regulatory Rulemaking. *Science, Technology, & Human Values*, Vol 31(3), pp. 1-26.

HABITANDO LAS INFRAESTRUCTURAS. LAS INFRAESTRUCTURAS URBANAS COMO SOPORTE DE ACTIVIDADES NO PROGRAMADAS EN LA CIUDAD CONTEMPORÁNEA

Jose Luis Muñoz Muñoz

Arquitecto e investigador

Escuela Superior de Arquitectura de Granada, Universidad de Granada. c/. Buenucesos n°40, local 4 (Granada) CP 18002

Tlfn: + 34 699336719

Email: jlm.estudio@gmail.com

Resumen

La complejidad de la situación urbana contemporánea genera una dinámica de cambios y diversificación de comportamientos humanos que convierte al espacio urbano en un soporte abierto e indeterminado de acciones. Por muchos controles que se pretendan ejercer sobre el espacio urbano siempre existen resquicios del sistema normativo por los que la actividad espontánea e imprevista surge. Las infraestructuras urbanas, por su condición de lugares anónimos, comunes, públicos y disponibles, constituyen un soporte para que surjan acciones no programadas por la planificación urbana. Son prácticas que se producen debido al disentimiento al orden impuesto a través de acciones y deseos no aceptados por la norma, la precariedad social que provoca una necesidad de supervivencia, el aprovechamiento

de las extraordinarias condiciones espaciales y ambientales de las infraestructuras urbanas y el significado simbólico asociado a las mismas.

La transgresión del uso programado de las infraestructuras urbanas crea una capa de uso alternativo del espacio urbano superpuesta a la función normativa, revelando un potencial de la ciudad contemporánea fuera de lo convencional y esperado que se traduce en una oportunidad para generar nuevas opciones de uso, donde los propios usuarios son los protagonistas y el espacio es el recurso. Cuando esto ocurre el efecto es una reacción de aceptación o de rechazo por parte de la ciudadanía o la clase política que motiva una contra-acción de institucionalización o de persecución, respectivamente.

Palabras clave

Espontaneidad, imprevisibilidad, recurso, re-uso, transgresión, oportunidad, transformación, multifuncionalidad

Abstract

The complexity of contemporary urban situation generates a dynamic of change and diversification of human behavior which converts the urban space into an open support undetermined by actions.

Even though many mechanisms of control seek to make an impact on the urban area, there are always loopholes in the regulatory system in which the spontaneous and unexpected activity arises. Urban infrastructures, being characterized by anonymous, common, public and available spaces, provide a support for actions arising from unplanned urban planning. These practices occur due to a disagreement with the imposed order, and they are manifested by actions and desires that fall outside the norm, like social instability that creates a neces-

sity of survival, as well as the use of the extraordinary spatial and environmental conditions of urban infrastructure and symbolic meaning associated with them. The transgression of the programmed use of urban infrastructure creates a layer of alternative uses of urban space superimposed on the regulatory function, revealing the potential of the contemporary city, unconventional and unexpected, a potential that translates into an opportunity to generate new options for use where users themselves are the protagonists and space is the resource. When this happens the effect is a reaction, either of acceptance or rejection from the side of the citizens or the political class that motivates a counter-action of institutionalization or persecution, respectively.

Key words

Spontaneity, unpredictability, resource, reuse, transgression, opportunity, processing, multifunctionality

Introducción

El paisaje urbano es el resultado de unas condiciones características del contexto actual producidas por la acción compleja y simultánea de multitud de fenómenos en el ámbito de lo social, económico y político, y que influyen notablemente en el uso de los espacios de la ciudad. Esta circunstancia ha dado lugar a una paulatina desaparición de la determinación unívoca de la función del espacio urbano y a una superposición de usos en el mismo a partir de la interacción entre varios elementos que conforman la ciudad actual.

Las infraestructuras urbanas son elementos importantes que interactúan con la realidad urbana existente, influyen de forma decisiva en la configuración del marco físico y social en el que se desarrollan y, al mismo tiempo, generan el soporte para nuevos e inesperados usos superpuestos a los programados por la planificación urbana. El análisis de este fenómeno de re-uso de las infraestructuras urbanas es una oportunidad interesante para entender los efectos que esta situación produce en el espacio urbano y social de la ciudad contemporánea.

Objetivos

Se trata de investigar acerca de los mecanismos utilizados por parte de la sociedad para liberarse, expresarse y adaptarse a la ciudad contemporánea a pesar de las imposiciones y carencias de la planificación urbana a través del re-uso de los espacios asociados a las infraestructuras urbanas. El objetivo de este trabajo consistirá en dar res-

puesta a una serie de cuestiones clave para entender parte de la situación urbana actual a través del conocimiento de lo que ocurre en torno a sus infraestructuras urbanas: ¿Por qué se producen transformaciones de la función programada de la ciudad contemporánea y, en concreto, de sus infraestructuras urbanas?, ¿Qué efectos produce el uso no programado de las infraestructuras urbanas en el contexto urbano actual?, ¿Qué aporta el conocimiento de los fenómenos que ocurren entorno a las infraestructuras urbanas de la ciudad actual?.

Metodología

El presente estudio partirá de describir las circunstancias socioeconómicas que hacen posible la aparición de las infraestructuras urbanas y la respuesta que la sociedad tiene frente a estas en la actualidad, para después analizar los procesos de transformación del uso de las mismas, determinando tanto las causas, las tipologías como los efectos que estos producen en la ciudad contemporánea utilizando ejemplos de casos reales.

1. Las infraestructuras urbanas, base de la planificación de la ciudad actual

Todo sistema de gestión urbano parte de unos propósitos apriorísticos que conllevan la instauración de una lógica de planificación y control que afecta al marco de dominio de dicho sistema en múltiples aspectos, desde la definición del entorno físico a la imposición de unos códigos de conducta social. El primer paso para la creación de un sistema de planificación es la definición y construcción de un soporte físico que lo sostenga, es decir de una estructura donde apoyarse. En el caso de la planificación urbanística son las infraestructuras urbanas.

Con la llegada de la segunda revolución urbana - término definido por el antropólogo Francois Ascher para designar los cambios urbanos producidos por la Revolución Industrial. - la movilidad de personas, informaciones y bienes cobra una gran importancia. La adaptación de la ciudad a los modos de la producción, el consumo y los intercambios mercantiles se llevará a cabo con la implantación de grandes redes de comunicación entre estaciones y almacenes, redes para el agua, el alcantarillado y la energía (gas, electricidad, vapor) y la comunicación (telégrafo, teléfono, correo urgente). Es decir las infraestructuras comienzan a jugar un papel protagonista en la industrialización y progreso de las ciudades a partir del siglo XIX. Ello supuso modificaciones no solo en la forma espacial de la ciudad sino en la estructura social de la misma. A medida que los avances científicos y técnicos evolucionaban las infraestructuras determinaban las posibilidades de movilidad y crecimiento de las ciudades. El progreso de las ciudades hasta nuestros días fue acompañado del desarrollo del estado del bienestar, donde las infraestructuras se convirtieron en un servicio público que va a estructurar las ciudades por sus redes de transporte, colegios, hospitales, baños públicos, etc. (Ref.1).

En la actualidad, el nuevo mundo globalizado reclama la creación de grandes sistemas de transporte para generar fluidas comunicaciones por tierra, aire, mar y satélite entre lugares que quieren estar inmersos en la sociedad del bienestar. Esto conlleva la construcción de importantes dispositivos urbanos y territoriales que influyen de forma decisiva en la configuración del marco físico y social en el que se desarrollan. La relación intrínseca entre el sistema socio-económico actual y la capacidad de las infraestructuras urbanas del transporte es la causa de que puentes, ferrocarriles, aeropuertos, puertos, etc. invadan nuestro territorio y espacio urbano sin límites.

2. Los espacios urbanos asociados a las infraestructuras urbanas del transporte.

Las infraestructuras urbanas generan importantes continuidades a gran escala, pero, en muchos casos, conllevan discontinuidades y límites urbanos a pequeña escala, condicionando en mayor o menor medida la habitabilidad en la ciudad. Esta doble escala de las infraestructuras da lugar a dos maneras de relacionarse con el entorno. Por un lado, desde una función dada que está convenientemente planeada y calculada por los técnicos pertinentes como una máquina a gran escala. Lo cual crea un espacio funcional con una precisa dimensión para conseguir los objetivos previamente marcados por el proyecto urbano y unas necesidades de transporte concretas. Y, por otro lado, desde un espacio secundario, supeditado a la función principal y producido por el mismo cálculo, bajo o alrededor del espacio funcional de la infraestructura, que puede ser diseñado como un espacio programado o simplemente construido sin interés de integración funcional en la dinámica urbana existente, convirtiéndose en un espacio residual y disfuncional.

2.1. Oportunidad para la multifunción programada

El incremento paulatino de las infraestructuras en las ciudades y el territorio en los últimos 50 años ha llevado a reconsiderar el tratamiento funcional de estos elementos y los espacios asociados desde el proyecto urbano. Desde una visión abierta sobre el paisaje natural y urbano, Elizabeth Mossop reclama el uso multifuncional y habitacional de las infraestructuras al argumentar que: “La reevaluación de los espacios de las infraestructuras deben conllevar al reconocimiento de que todas las clases de espacios son válidos, no solo los espacios privilegiados más tradicionales (parques y plazas), y ellos deben ser habitados de alguna manera. Esto requiere repensar la realidad mono-funcional de la infraestructura y salvarlo del ámbito de devastación urbana para reconocer su papel como una parte de la ciudad formal habitable” (Ref.2).

Cuando esta visión multifuncional de las infraestructuras es considerada desde el proyecto existe una confluencia de escalas a partir de un mismo elemento, donde aparece una interesante relación entre la ingeniería y la arquitectura. Cuando la infraestructura está diseñada como una construcción que debe responder a múltiples objetivos, los resultados son tipologías híbridas de edificios entre la arquitectura y la infraestructura. En este caso, arquitecto e ingeniero trabajan juntos en la misma dirección.

En la historia de la arquitectura y el urbanismo encontramos numerosos ejemplos de arquitecturas híbridas con la ingeniería. Algunos de estos casos fueron construidos mientras otros fueron pensados como soluciones utópicas o futuribles. Arquitectos como Le Corbusier, Yona Friedman, John Habraken o el grupo Archigram, realizaron interesantes propuestas donde arquitectura e infraestructura constituían un mismo elemento urbano.



Figura 1. Vista del proyecto Plan Obús en Argel. Le Corbusier, 1933 (<http://www.bidoun.org/magazine/06-envy/blocking-the-casbah-le-corbusiers-algerian-fantasy-by-brian-ackley/>)

Numerosos proyectos urbanos construidos actualmente han sabido resolver a través de un proyecto unitario tanto infraestructura urbana como espacio público. Un ejemplo de ello son algunas soluciones urbanas que encontramos en determinados puntos del centro y periferia de Barcelona. Proyectos como el “Moll de la Fusta” (1986) de Manuel de Sola Morales, o el “Parque de la Trinitat” (1993) de Batlle & Roig, responden a las diferentes escalas urbanas que confluyen en el lugar. Se trata de proyectos híbridos que han demostrado que la multitud de escalas a las que responden no son más que oportunidades para ofrecer soluciones integradas dentro del contexto urbano y territorial, desde la continuidad y no desde el conflicto, partiendo de considerar la infraestructura como paisaje, espacio público y arquitectura.



Figura 2. Parque de la Trinitat, Barcelona. 1993 (http://3.bp.blogspot.com/_ZfBU4ENC9H8/Se3Cew-gGnI/AAAAAAAAAC8/scnAU-No5x7g/s1600-h/1.jpg)

2.2. Recurso para usos no programados.

Las infraestructuras urbanas generan un exceso de espacio físico en la ciudad necesario para el proyecto urbano global que, en muchos casos, no tienen una función determinada. Cuando estos subproductos o espacios residuales están sólo al servicio de la ingeniería y del transporte como un artificio sin función proyectada, es la acción humana la que los usa, apropiándose de ellos. Esta acción puede verse como un signo de los defectos del planeamiento urbano y, por tanto, de su base sistemática, pero que precisamente debido a este vacío de determinación funcional se convierten en un recurso para generar nuevos y reveladores usos que son igualmente necesarios.

El ciudadano encuentra la manera de apropiarse de estos espacios dependiendo de la situación específica de cada caso. En el ejemplo de los espacios bajo los puentes encontramos un tipo de espacio común a todas las grandes ciudades que es utilizado de diferentes formas. Al tratarse de un espacio abierto, de grandes luces y protegido de la lluvia y el sol, las posibilidades de uso son numerosas. Cuando no existe un control claro sobre el mismo, son las actividades ilegales las que encuentran su hueco: “homeless” como habitación, “ravers” o “skaters” como ocio, “dealers” o prostitutas como negocio y “graffiteros” como arte. Todos ellos las habitan protegidos de la intemperie y escondidos del control normativo. Cuando el uso es aceptado socialmente y se integra dentro de un orden normalizado y en continuidad con otros espacios públicos adyacentes, entonces el deporte, el arte o el comercio se establecen aprovechando las propiedades ambientales de la infraestructura. Es el caso del uso como lugar de ensayo de las rotondas bajo los puentes de la autovía de circunvalación de Granada por parte de bandas de cornetas y tambores de Semana Santa.

3. Transformaciones del uso de las infraestructuras urbanas del transporte.

“Lo importante es descubrir cómo otorgar un segundo papel a cada elemento ambiental. Con esa duplicación se hace posible reutilizar los subproductos espaciales. El material no viene dado, sino que se descubre a través de nuestras propias propuestas de uso” Momoyo Kaijima, Junzo Kuroda y Yoshiharu Tsukamoto. 2001. Made in Tokio (Ref.3)

Cuando se produce una transformación en una infraestructura, esta afecta, en términos generales, a su uso y/o a su forma. A partir de una situación inicial, preconcebida o programada, se origina una situación final, programada o no. Las diferentes opciones de relación entre la forma y el uso iniciales y finales generan diferentes modos de transformación que parten siempre de un relación de interacción entre dos o más elementos urbanos, es decir entre un espacio existente con unas características particulares y otro elemento activo que actúa modificando el sentido de uso, significado o función original del primero. Este fenómeno de utilización transgresora de las infraestructuras urbanas se puede examinar desde multitud de parámetros de análisis, entre los que destacamos: causalidad, temporalidad, modos de uso y efectos.

3.1. Causalidad

La utilización no programada de las infraestructuras se produce debido a las causas y complejidad específicas de cada caso, pero en el fondo de la cuestión siempre existe una carencia o necesidad que se traduce en un signo de la vulnerabilidad del sistema social dominante y del planeamiento urbano. Según Martí Perán son prácticas que tienen lugar como respuesta a dos causas principales. Por un lado, el disenso o malestar con el urbanismo dominante, empujado por un deseo de libertad y de apropiación del espacio donde expresar libremente unos comportamientos de conducta no aceptados por la norma. Y, por otro lado, las prácticas debidas a la precariedad social existente que son guiadas por una necesidad de supervivencia y que encuentra en estos espacios vacantes su desarrollo. Ambas formas de acción, no excluyentes entre sí, son la base del urbanismo informal y surgen desde el ingenio, la creatividad, la temporalidad y la autogestión (Ref.4) .

A estas dos causas habría que añadir otras dos propias de las infraestructuras urbanas, que serían las debidas a sus características espaciales y ambientales, y las debidas a su simbolismo.

Las características espaciales y ambientales posibilitan que se produzcan acciones imprevistas. Estas surgen de la simple relación con el espacio existente y su calidad ambiental, dimensiones, temperatura, concurrencia de gente, cualidades materiales, etc. El hecho de que en los urinarios públicos de muchas estaciones de transporte o centros comerciales se produzcan encuentros temporales (sexuales o no) entre grupos de una sexualidad concreta, mayoritariamente gay masculina, demuestra que es la condición de espacio de mucho tránsito, además de anonimato y descontrol, la causa de que se genere un tipo de prácticas transgresivas, dotando a estos espacios de un significado completamente distinto del proyectado y que permanece desconocido para los sectores sociales convencionales.

Cuando la activista saharauí Aminatur Haidar se estableció en el otoño de 2009 en el aeropuerto internacional de Lanzarote usó esta infraestructura como vivienda temporal y, al mismo tiempo, su estancia allí en huelga de hambre sirvió de acción de protesta contra la política del gobierno marroquí. El famoso equilibrista francés Philippe Petit demostró al mundo su osadía y su arte como funambulista cruzando, en 1974, sobre una cuerda de decenas de metros de longitud los dos pilares principales del puente Harbourd al norte de Sydney (Australia). La cuestión está en por qué estos individuos eligen las infraestructuras urbanas para ejercer su protesta o su arte antes que otros lugares. En este punto tendríamos que pensar en otra causa importante, se trata del simbolismo asociado a estas construcciones. Las grandes infraestructuras urbanas son símbolos de la envergadura económica y de poder de un país e hitos urbanos importantes para las ciudades. Al ser de dominio público, se reconocen como lugares comunes que pertenecen a la identidad cultural de una ciudad o región. Utilizar estos espacios para expresar una voluntad a través de la acción protesta o la expresión artística denota un claro deseo de utilizar el significado político, cultural o social de estos espacios para tener la mayor repercusión posible.

3.2. Temporalidad

Mayoritariamente las acciones imprevistas son temporales, pudiendo existir de forma simultánea o no con el uso principal de la infraestructura. No obstante también encontramos situaciones en las que dicho fenómeno puede producirse de forma permanente, es decir, por un largo periodo de tiempo hasta el punto que modifica la configuración principal de la infraestructura y su carácter.

3.3. Modos de uso de los espacios de las infraestructuras urbanas

a) *Re-Usos temporal y simultáneo a la función principal.*

Cuando la función original coexiste con el uso nuevo se produce un fenómeno de parasitación, basado en una performatividad o acción temporal espontánea. Existe pues un elemento principal parasitado y un usuario actuante que parasita.

Cuando los “bajo-puentes” son ocupados por los “sin techo” está claro que muestran una clara precariedad social. Cuando un túnel es utilizado por un músico para improvisar un concierto en directo pueden ser solo sus características acústicas y de tránsito de gente las que motivan al músico callejero a actuar en ese espacio. Las dimensiones de un puente provocan que se pueda practicar “puenting”. Las condiciones ambientales de los urinarios públicos motivan la práctica del “cruising”. Todos ellos son ejemplos de transformaciones del uso de las infraestructuras de forma espontánea, por diversas causas y a través de la acción parasitaria temporal sin dejar grandes huellas formales en el espacio usado.



Figura 3. Ocupación temporal de espacios públicos por los sin techo de Tokio (imagen rescatada de la publicación “Post-it city.Ciudades ocasionales” Ref.4)

b) *Re-Usos permanente y simultáneo a la función principal*

En otras ocasiones el re-uso de las infraestructuras es permanente y viene acompañado de una modificación de las propiedades formales del conjunto. El espacio vacío disfuncional de la infraestructura es modificado materialmente por el elemento que protagoniza la actividad, creando un objeto nuevo asociado a la infraestructura. El elemento parásito deja huellas formales de su uso, creando un lugar nuevo yuxtapuesto a la estructura principal. Su construcción, ilegal o no, genera a posteriori un conjunto estrechamente relacionado con las características espaciales y ambientales de las infraestructuras. A veces estos no están diseñados como soluciones estéticamente vanguardistas, pero se trata de dispositivos que enriquecen y completan la actividad urbana. Muchos de ellos son

construidos desde la espontaneidad y la necesidad como una arquitectura después de la creación de la infraestructura pero fuertemente unida a ella y generadora de una nueva urbanidad.

En el trabajo de investigación “ Made in Tokyo” de Momoyo Kaijima, Junzo Kuroda y Yoshiharu Tsukamoto (Ref.3) se demuestra la eficacia de la ocupación de los espacios residuales de las infraestructuras del transporte de Tokio mediante tipologías híbridas que generan importantes actividades para la lógica de la vida urbana de la ciudad.



Figura 4. Casos de usos híbridos entorno a infraestructuras estudiados en “Made in Tokyo”, 2001. (http://www.dnp.co.jp/museum/nmp/madeintokyo_e/mit.html)

Las autovías de Lagos (Nigeria) son un ejemplo de cómo la interacción entre el tráfico y la actividad urbana en su alrededor modifican el carácter funcional de las mismas, afectando a su recorrido y por tanto a su forma. Los espacios residuales de las autovías que rodean y cruzan la ciudad africana son ocupados por usos comerciales de todo tipo, desde almacenes de material de construcción, viviendas, aparcamientos hasta mercadillos permanentes de toda clase de productos (Ref.6).

c) Re-Uso temporal por sustitución de la función principal

A veces directamente el espacio principal de las infraestructuras urbanas se convierte en un recurso para desarrollar actividades urbanas no proyectadas. Se trata de una restitución temporal de la función programada, normalmente autorizada por el organismo político gestor de la infraestructura urbana. Este hecho las convierte en un medio eficaz para llevar a cabo actividades urbanas institucionalizadas. El re-uso por sustitución de la función principal siempre es temporal y supone un cambio drástico en el orden normal del tránsito de las ciudades, tanto peatonal como rodado



Figura 5. Autopistas dominicales. Uso peatonal dominical de autopistas de Sao Paulo.

Actualmente se produce un interesante caso en la ciudad brasileña de Sao Paulo. Las autovías que cruzan el centro de la ciudad son usadas como espacios públicos abiertos para los peatones cada domingo. Son las llamadas “vías dominicales” y constituye un importante recurso del ayuntamiento paulino para solucionar la carencia de espacio público durante los fines de semana. Este hecho demuestra una vez más, también desde la legalidad y el control, como las infraestructuras sirven de base para el desarrollo de actividades urbanas cuando no existen espacios específicos destinados para estas.

d) Re-Funcionalización permanente por desaparición de la función principal

Cuando las circunstancias socioeconómicas de una región cambian muchas de sus infraestructuras dejan de ser útiles y se convierten en espacios vacantes de uso. A veces estas son demolidas o abandonadas. En otros casos son recicladas a través de interesantes propuestas de uso diferente para el que fue creado. La función original desaparece y el nuevo uso aparece en el espacio de las infraestructuras sin que estas cambien de forma sustancialmente. No existe, por tanto, simultaneidad de usos.

Espacios dentro y fuera de la ciudad del siglo XX fueron vaciando su actividad al cambiar los mecanismos de producción industrial y con ello los intereses económicos y políticos de los dirigentes. La vulnerabilidad del sistema socioeconómico de la época se tradujo, entre otros hechos, en el abandono de las infraestructuras industriales. Numerosas fábricas se convirtieron en espacios fantasmas que conformaban importantes áreas urbanas en los centros y periferias de las ciudades. Eran los llamados terrenos vagos o “terrain vague”. En las dos últimas décadas hemos presenciado cómo el reciclaje de estas infraestructuras ha generado una notable recuperación de la actividad urbana a través de eficaces propuestas de transformación de uso.

También las infraestructuras urbanas del transporte han sufrido a lo largo de la historia abandonos totales o parciales, debido a cambios en el sistema de producción, movimientos económicos, avances tecnológicos o catástrofes naturales. Esta vulnerabilidad ha supuesto la posibilidad de desarrollar en éstas nuevos usos a partir de acciones de reciclaje urbano proyectado y no proyectado.



Figura 6. Imagen comparativa entre estado de abandono en 1999 y el estado actual (2011) del espacio urbano producido por el “High Line” de Nueva York (<http://www.thehighline.org>)

El “High-Line” de Nueva York es un reciente y exitoso caso de recuperación de una infraestructura en desuso dentro de la ciudad. Se trata de una línea de ferrocarril elevada, creada en 1951, que dejó de funcionar en el año 1980 como vía de transporte de productos manufacturados desde las áreas industriales del West Side de Manhattan. Fue abandonada y pasó a formar parte de la memoria colectiva del lugar. En 2007 se recuperó para la ciudad mediante un proyecto urbano a cargo del estudio Diller & Scofidio + Refro, después de un largo proceso de reclamación social y política por parte de la asociación creada en su defensa, “Friends Of High-Line”.

Cuando la tecnología y los avances económicos de un gobierno permiten que una tipología de infraestructura urbana pueda ser sustituida por otra más conveniente técnicamente, se produce un fenómeno de abandono de parte del elemento antiguo que a veces es aprovechado para generar usos nuevos. Es el caso de las autovías de muchas regiones de España que han sustituido, en las dos últimas décadas, a las antiguas carreteras nacionales aprovechando parte de su recorrido. Muchos de los tramos de carretera que no han sido sustituidos siguen existiendo y quedan aislados. Pasan a ser vías muy poco transitadas con unas dimensiones desproporcionadas para el uso real que tiene lugar en ellas. Este hecho permite que puedan ser reutilizadas para otras actividades. Cuando la autovía A-92 fue construida sobre la antigua carretera entre Granada y Sevilla, la mayor parte de los tramos fueron sustituidos totalmente. Sin embargo, en algunas zonas quedan porciones relativamente cortas de carretera que han dejado de tener el uso de vía rodada de mucho tráfico para usarse como caminos rurales, son las vulgarmente llamadas carreteras muertas. Cuando están ubicadas en las periferias de las ciudades o pueblos, los ciudadanos las utilizan como vías peatonales de uso recreativo y deportivo. Tal es el caso de la llamada Ruta del Colesterol en el área Este de la periferia de Loja (Granada). Se trata de un tramo asfaltado de 2 km de longitud y 8 metros de ancho que actualmente es una vía pecuaria de acceso a las parcelas agrícolas y caminos rurales de la zona. Al encontrarse relativamente cerca del pueblo, es utilizado diariamente por gran cantidad de gente como vía para hacer footing, pasear o tomar el sol. Encontramos un caso de refuncionalización permanente e imprevista del espacio principal de la infraestructura urbana

3.4. Efectos

Los efectos del cambio de uso de las infraestructuras son, al igual que las causas, muy diversos, pero siempre son el reflejo de una realidad urbana específica en cada ciudad. Estas transformaciones generan, por un lado,

la existencia de una capa de uso superpuesta a la planificada que dota de un carácter particular a cada entorno urbano y, por otro, motivan una reacción social y política.

La superposición de usos que genera la inserción de una infraestructura en un entorno urbano da lugar a una organización de usos imprevistos de la ciudad que coexiste con la lógica convencional planificada. Las nuevas capas originadas por el uso no programado del espacio urbano ofrecen vías alternativas de relacionarse y moverse por la ciudad. La ciudad que viven los “skaters” sobre su monopatín difiere notablemente de la que vive un peatón, un motorista o un “homeless”.

Cuando se detectan casos de transgresión del uso normativo de los espacios urbanos se genera una reacción de aceptación o de rechazo por parte de la ciudadanía o la clase política que motiva una contra-acción social y/o política de institucionalización o de persecución, respectivamente. Estas prácticas originan el descubrimiento de un potencial del espacio anteriormente desconocido, que es o no aceptado por la sociedad, pero siempre nos enseña una forma de usar la ciudad alternativa a la convencional.

Cuando existe una aceptación de las prácticas, el paso siguiente es la regulación y por tanto su institucionalización, convirtiendo dicho fenómeno, anteriormente descontrolado, en una acción regulada por la norma y el planeamiento urbano. Esta pasaría a estar programada y dejaría de ser espontánea. Tal es el caso de la utilización del espacio urbano con fines artísticos o de ocio, cuando se regulan y dejan de ser libres y esporádicas para seguir las pautas de las ordenanzas municipales o de un proyecto urbano concreto.

Volviendo al caso del “High-Line” de Nueva York, la re-funcionalización de este espacio se originó como consecuencia de la insistente reclamación por parte de una comunidad de vecinos en defensa de su recuperación como espacio público y en contra de su demolición para una posterior especulación inmobiliaria. La asociación “Friends of High-Line” fue el artífice de un movimiento social triunfador tras de un agitado proceso de negociaciones políticas y manifestaciones sociales. Finalmente el proyecto fue aceptado por el ayuntamiento de la ciudad y en la actualidad este espacio público es uno de los más venerados del centro de Manhattan.

Similar es el caso del cultivo de huertos en los márgenes de las rondas de Barcelona por comunidades de jubilados. La aceptación social y el apoyo de instituciones ecologistas han provocado que dichas prácticas hayan sido reguladas por el ayuntamiento de Barcelona.

La actividad deportiva espontánea que se producía en la llamada “carretera muerta” en la periferia Este de Loja (Granada) ha sido aceptada y, por tanto, completada por el ayuntamiento mediante la construcción de un parque de ocio y deportivo en el entorno de las mismas.

Estos ejemplos demuestran que, muchas veces, la ciudadanía valora y usa el espacio urbano según unos intereses reales y de una forma más adecuada que la impuesta por la planificación, por encima de los intereses políticos, sociales y económicos de las clases dirigentes.

Conclusión

La realidad de la ciudad contemporánea demuestra que el urbanismo determinista no es el instrumento más adecuado para planificar el uso del espacio urbano y por tanto las infraestructuras urbanas. Las ciudades actuales son verdaderos campos de incertidumbre. La vulnerabilidad de los sistemas urbanos nos enseña la cara más revela-

dora de la ciudad, sus potencialidades por encima de lo decidido previamente. Ser conscientes de que es una realidad inseparable al éxito, que los proyectos son procesos cambiantes, indeterminados y por ello apasionantes, de que todo proceso urbano responde a múltiples realidades complejas, y que siempre tiene una consecuencia urbana, social, y ambiental imprevisible que forman una parte esencial del paisaje urbano contemporáneo. El espacio urbano es un soporte de usos inesperados que, a veces, descubren un empleo más justo y honesto de la ciudad. y demuestran que el significado asociado a cualquier espacio depende del uso que se lleve a cabo en el mismo y no de la función que se imponga desde el proyecto.

Los espacios asociados a las infraestructuras urbanas tienen esa capacidad de alojar síntomas de las carencias o los éxitos de la ciudad actual. Entender cómo se usan realmente las infraestructuras urbanas y las consecuencias que ellas originan puede ser una manera de entender la ciudad contemporánea, sus carencias y sus injusticias, así como sus potencialidades.

Referencias

Ascher, Francois. 2004. Nuevos Principios del Urbanismo. Madrid: Alianza ediciones.

Momoyo Kaijima, Junzo Kuroda y Yoshiharu Tsukamoto. 2001. Made in Tokio. In Walker, Enrique (Ed.), Lo ordinario. Compendios de Arquitectura (pp. 145-175). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Mossop, Elizabeth. 2006. Landscape Infrastructure. In Waldheim, Charles (Ed). Urbanism Landscape Reader. (pp. 171). Princeton Architectural Press.

Perán, Martí. 2008. Post it city. Ciudades ocasionales. In Perán, Martí (Ed.). Post it city. Ciudades ocasionales (pp. 9-12). Barcelona: Seacex.

Perán, Martí (Ed.). Post it city. Ciudades ocasionales. Barcelona: Seacex.

Harvard Project on the City.(V.V.A.A.) 2000. Lagos. In Actar (Ed.). Mutations (pp. 650-721). Barcelona: Actar.

UNA 'ESTÉTICA DE LA RECONEXIÓN'. INDIFERENCIA Y AISLAMIENTO EN LAS GRANDES CIUDADES CONTEMPORÁNEAS

María Teresa Angulo Delgado

Doctoranda

Facultad de Bellas Artes. Universidad Complutense de Madrid. Calle Greco 2, Ciudad Universitaria, Madrid. (España) CP

28040 Tfn: + 670 44 12 65

Email: maite-angulo@hotmail.com

Resumen

Los efectos de la sociedad de consumo y su papel en la mercantilización de la experiencia estética así como en la degradación de la vida social en las grandes urbes contemporáneas han sido protagonistas de numerosos debates desde diferentes campos del conocimiento a lo largo del siglo XX. Filósofos como Georg Simmel y John Dewey inciden en la comunicación y la asociación como características intrínsecas a la práctica artística y ven en la experiencia estética y el 'estar con otros' en comunidad una forma de superar la alienación y el aislamiento del individuo. Esta comunicación examina una serie de prácticas artísticas contemporáneas que

desde la intervención en el espacio urbano al activismo político, demuestran una preocupación por la construcción de lo social y la necesidad de reflexión sobre el espacio público. La obra del artista Jiří Kovanda y los colectivos Oda Projesi y Reclaim the streets es analizada con el fin de elaborar una 'estética de la reconexión', que tenga en cuenta aspectos como la generación de una socialidad horizontal, el carácter de experimentación y transformación de la realidad, la articulación de lo social y lo artístico así como una configuración formal concretable en lo cotidiano.

Palabras clave

Experiencia estética, comunidad, alienación, desconexión, indiferencia, participación.

Abstract

The effects of consumer society and its role in the commodification of the aesthetic experience as well as in the degradation of social life in big cities have featured many discussions from different fields of knowledge throughout the twentieth century. Philosophers such as John Dewey and Georg Simmel put special emphasis on communication and association as intrinsic to artistic practice and see in the aesthetic experience and the generation of 'community' a way to overcome the alienation and isolation of the individual. This work examines a range of contemporary art practices

-from interventions in the urban space to political activism- that are concerned about the construction of 'the social' and the need to reflect on public space. The work of artist Jiří Kovanda and collectives Oda Projesi and Reclaim the Streets is analyzed in order to develop an 'aesthetics of reconnection', taking into account aspects such as the generation of a horizontal sociality, the nature of experimentation and transformation of reality, the articulation of the social and the artistic level as well as a formal configuration specific to everyday life.

Key words

Aesthetic experience, community, alienation, disconnection, indifference, participation.

Introducción

A pesar de que las prácticas artísticas contemporáneas demuestran un destacado interés por el aspecto social del arte y su capacidad para generar lazos y vínculos entre los individuos, y que tanto instituciones como espacios alternativos hayan dedicado desde los años noventa una parte importante de sus programaciones a la visualización de estas prácticas, existen muy pocos estudios teóricos que abarquen y analicen en profundidad todas sus posibilidades. A lo largo del trabajo se analizarán las propuestas del artista Jiří Kovanda, y los colectivos Oda Projesi y Reclaim the Streets que, por su interés y exploración en la construcción de lo social y la democratización del espacio público, se presentan como modelos idóneos para examinar tanto el fenómeno de ‘desconexión’ que parece habitar el ámbito social y estético de la cultura contemporánea, así como las posibles respuestas que puedan darse desde la esfera de la práctica artística.

Objetivos

1. Elucidación de un estatuto de ‘desconexión’ en el ámbito social y estético así como estudio de su historia social.
2. Visión pormenorizada de las prácticas artísticas contemporáneas que centran su atención en el aspecto relacional de la obra, estableciendo relaciones entre aquellas manifestaciones artísticas que constatan, evocan o describen esta situación de desconexión y aquellas que realizan una praxis transformadora de la realidad.
3. Revisión de aquellas teorías que han analizado el fenómeno del capitalismo cultural y sus imbricaciones con la mercantilización y la cosificación de la experiencia, con especial énfasis en los escritos de Dewey y Simmel.
4. Propuesta de una estética de la reconexión que conlleve en su práctica aspectos como la creación de socialidad, comunidad y convivencia en un plano temporal extendido, la capacidad de generar una actitud proactiva en el individuo/espectador/participante, el diálogo con el ámbito social y político así como un carácter situado temporal y geográficamente que posibilite la práctica en la vida cotidiana.

Metodología

1. Investigación bibliográfica:
 - 1.1. Documentación y estudio del estado de la temática de estudio.
 - 1.2. Búsqueda pormenorizada de fuentes bibliográficas relacionadas con la temática de estudio en el ámbito de la teoría artística, la filosofía, la sociología y la antropología.
 - 1.3. Búsqueda pormenorizada de escritos y entrevistas de los artistas de estudio.

1.4. Búsqueda pormenorizada de catálogos de exposiciones relacionadas con los artistas y la temática de estudio.

1.5. Búsqueda de material especializado en Internet.

2. Investigación teórica:

2.1. Consulta de los fondos bibliográficos seleccionados en diferentes bibliotecas y centros de documentación especializados, a nivel nacional e internacional.

2.2. Consulta del material especializado seleccionado en Internet.

2.3. Lectura y visionado exhaustivos de las fuentes relevantes para la investigación.

2.4. Definición de una clasificación para la articulación de los datos obtenidos.

2.5. Redacción y clasificación progresiva de los datos obtenidos.

3. Análisis crítico:

3.1. Análisis crítico de la información obtenida en base a:

3.1.1 Antecedentes histórico-artísticos.

3.1.2 Relaciones entre los diversos tipos de obras y artistas estudiados.

3.1.3 Contexto histórico, socio-político, cultural y de pensamiento en el que trabaja cada artista estudiado.

3.2 Elaboración de conclusiones.

3.3 Redacción definitiva del proyecto final.

1. Una estética de la reconexión como alternativa a la indiferencia y aislamiento en las grandes ciudades contemporáneas

1.1. Hacia una 'estética de la reconexión'

¿Qué papel puede desempeñar el arte frente a la alienación del individuo en las sociedades posmodernas? ¿Pueden las prácticas artísticas dismantlar el complejo proceso de cosificación y mercantilización de la experiencia que se extiende por la esfera política, social y estética? El punto de partida de este trabajo es la persistente constatación de un cierto malestar en la cultura, que podría acaso caracterizarse por una actitud de 'desconexión', en el sentido de 'indiferencia' y 'fragmentación', percibido en la experiencia social en su conjunto y más concretamente en la experiencia estética.

La noción de 'desconexión' a la que nos referimos puede ser definida a partir del concepto de 'experiencia estética' defendido por John Dewey¹ a comienzos del siglo XX y que sin embargo sigue siendo hoy perfectamente válido. El autor estadounidense considera que una 'experiencia' significa un intercambio activo y atento frente al mundo, una interpenetración con el mundo de los objetos y los acontecimientos ligada al goce y al placer e

1 J. DEWEY: La estética como experiencia, Barcelona, Paidós Ibérica, 2008.

implica una actitud no tanto de contemplación y percepción sino de acción y conclusión. Dewey pone un gran énfasis en la continuidad de la experiencia estética con los procesos normales de la vida y la distingue de otro tipo de experiencias prácticas o intelectuales por su carácter desinteresado y por su capacidad de intensificar el sentido inmediato de la vida.

De esta manera nuestro fenómeno de ‘desconexión’ implicaría una experiencia truncada y esterilizante que no permite un disfrute pleno o una relación operativa ni el seno de la vida social ni en la experiencia estética. Hay que prestar atención a una serie de aspectos característicos de nuestras actuales sociedades que podrían vincularse directamente con esta situación, como el ‘sobrecoplamiento’ o exceso de estímulos sensoriales y contactos sociales al que se ve sometido el individuo en una gran ciudad o los procesos de homogeneización, fragmentación y parcelación del espacio público que delimitan y mercantilizan la experiencia social. El filósofo Georg Simmel² analiza este fenómeno de separación entre sujeto y objeto y entre los hombres entre sí, enlazándolo al sistema capitalista y su complejo proceso de mercantilización y cosificación de la experiencia, que llevaría a los individuos a una actitud de recogimiento y reserva. En sus escritos concibe la ‘desalienación’ como un desborde de la experiencia que puede ocurrir de dos formas: mediante la fusión con el objeto de creación artística o mediante el estar ‘con otros’ en comunidad.

La naturaleza de las interferencias en la experiencia estética podría situarse según Dewey en la influencia del capitalismo en la separación de la obra de arte y de la vida común, que empuja el arte a los museos y fomenta el coleccionismo. La obra de arte, reducida a ejemplar de las bellas artes, se vuelve impersonal y pierde su íntima conexión social. En los últimos años un número cada vez mayor de artistas realiza su actividad fuera de los círculos expositivos habituales como museos y galerías, siendo el espacio urbano un laboratorio donde llevar a cabo propuestas que interfieren o se diluyen en la vida cotidiana, vinculando como sugería Dewey la experiencia estética con los procesos normales de la vida.

El pensador y crítico de arte francés Nicolas Bourriaud ha publicado recientemente un estudio titulado ‘Estética relacional’³ en el que analiza un amplio conjunto de prácticas cuya preocupación principal es la de utilizar la experiencia estética como un elemento de cohesión social, y cuyo interés se centra en las relaciones inter-subjetivas que se generan a partir de la experiencia estética, al margen de los aspectos formales de la obra. Así, artistas como Rirkrit Tiravanija, Pierre Huygue, Philippe Parreno o Douglas Gordon, entre otros muchos, organizan encuentros, cenas o fiestas con el propósito de desviar la atención del carácter objetual del arte y centrarla en la experiencia del tiempo compartido entre los participantes y el artista.

Si nos acercamos a las prácticas artísticas contemporáneas podemos observar que en muchas de sus formas -el documentalismo, el activismo político, las estéticas relacionales, el arte de contexto- existe un movimiento de la esfera de la ficción a la realidad. Los artistas parecen alejarse del mundo del arte para acercarse al mundo real, al espectador real, a la vida cotidiana, queriendo olvidar su rol de testigos para adquirir aquél de habitantes. David Ross y Nicholas Serota sugieren que la obsesión por plasmar la idea de lo cotidiano proviene de un sentido de la ansiedad, del ‘deseo por volverse a conectar con algo que es muy real’⁴.

2 E. Vernik: Escritos contra la cosificación. Acerca de Georg Simmel, Buenos Aires, Altamira, 2000, p. 33.

3 N. Bourriaud: Estética relacional, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2006.

4 J. V. ALIAGA; M. DEL CORRAL; J. M. G. CORTÉS (ed) : Micropolíticas : arte y cotidianidad (1968-2001), Valencia, Espai d’Art Contemporani de Castelló, 2003, p.51.

Esta inmersión en la vida social y cotidiana adquiere muy diversas formas. En algunos casos se trata de iniciativas individuales en forma de intervenciones efímeras en el entorno urbano que lejos de constituir grandes reivindicaciones políticas se valen de sencillos gestos poéticos de carácter muy personal para hacer incisiones en la vida cotidiana que sólo adquieren un sentido social al ser expuestas posteriormente en un espacio expositivo. Otras veces son asociaciones, agrupaciones o colectivos que, a caballo entre la acción artística y el trabajo social, operan en el seno de comunidades locales, desarrollando proyectos a largo plazo que requieren la integración y la participación de los vecinos. Por otro lado nos percatamos de que hay un cada vez mayor interés en el activismo político, que se aparta de las rudas confrontaciones e incorpora elementos artísticos y un gran sentido lúdico con un extraordinario poder de convocatoria.

En cualquier caso, todas estas manifestaciones parecen mostrar una serie de preocupaciones comunes: la generación de una socialidad horizontal, la necesidad de la participación activa, el sentido comunitario y la colaboración, la reivindicación de usos alternativos del espacio con un carácter más flexible, creativo y comunitario, la articulación de lo artístico, lo social y lo político. Al decir que el arte se sitúa más que nunca en 'lo social', postulamos una 'estética de la reconexión' que busca estrategias para mitigar en la medida de lo posible esta actitud de desconexión, indiferencia y aislamiento antes referida y fomentar en el individuo una actitud proactiva en la construcción de su realidad.

1.2. Estrategias de 'reconexión' de carácter representacional: Jiří Kovanda

El 3 de septiembre de 1977 un hombre camina por la calle golpeándose ligeramente con algunos viandantes que se cruzan con él o sube unas escaleras mecánicas y se da la vuelta, fijando su mirada en los ojos de la persona situada justo detrás de él. El 19 de octubre esa misma persona intenta interactuar con un bebé en una plaza y el 30 de noviembre decide llegar diez minutos antes a una cita con sus amigos. Estos gestos no tendrían la menor relevancia si no hubieran sido documentados y expuestos posteriormente en diversos museos y galerías. Y es precisamente esta misma irrelevancia la que interesa al artista checo Jiří Kovanda.

Kovanda apareció en la escena del arte a finales de los 70, momento en que el accionismo checo estaba en pleno desarrollo. En los años 60 y 70 tanto en el este como en el oeste de Europa hay una urgencia por redescubrir y redefinir las posibilidades expresivas del individuo frente a un público estandarizado, normalizado y socializado (el público burgués de Ford en Occidente o el socialismo burocrático en el Este). El trabajo de Kovanda no es político a la manera en que los disidentes utilizaban Europa como un altavoz o un megáfono de los problemas y la opresión sufridos en el Este. Sus acciones e intervenciones mínimas se diferencian también del fluxus de su país, cuyas intenciones eran más utópicas y pedagógicas, y de otros performers contemporáneos, más interesados en los efectos físicos y las cuestiones existenciales. Kovanda no está interesado en el conflicto este/oeste, ni en un discurso moral o político, su trabajo se aleja de las obras traumáticas y políticas de entonces. La dimensión política de su obra está en el deseo de fomentar una forma de contacto y de comunicación que no existía en aquella sociedad y que probablemente tampoco existe ahora. Hay algo del deseo estético del romanticismo del siglo XVIII de una vuelta a la naturalidad y a lo no-refinado.

Su intención no es otra que representar su subjetividad, creando un conflicto mínimo con el cuerpo social. El artista manifiesta que sus obras no surgen como una reivindicación política ni deben ser miradas desde una pers-

pectiva social, sino que provienen más bien de un sentimiento personal, una ‘relativa sensación de aislamiento’⁵. El transgredir los límites de otro individuo significaba transgredir sus propios límites. Su obra deja traslucir un deseo de contacto, de emoción, de comunicación. Kovanda no obstante declara que en obras como aquella en la que cita a unos amigos para después salir corriendo o aquella otra en la que mira directamente al Sol hasta que comienza a llorar se trata más bien de la imposibilidad de comunicación y emoción. En cualquier caso siempre hay distancias que se refuerzan o se suprimen, la distancia entre él y los demás, la distancia entre el arte y la vida cotidiana. Este doble movimiento de entrada y salida en la colectividad social recuerda a la teoría simmeliana sobre el dualismo entre el impulso individualizador y el de integración social: “La historia entera de la sociedad puede desarrollarse al hilo de las luchas y compromisos, de las conciliaciones lentamente logradas y pronto deshechas que tienen lugar entre el impulso a fundirnos con nuestro grupo social y el afán de destacar fuera de él nuestra individualidad.”⁶ En Simmel la moda, entendida como sumisión al esquema de lo común, sería un velo o amparo de lo íntimo, una estrategia para preservar la subjetividad y la continuidad de la personalidad en un mundo siempre cambiante. En este caso, la adopción de un comportamiento social estandarizado que no suscite la atención o la desconfianza respondería a un deseo de conservación de lo íntimo y esencial.

¿Qué sentido tiene atravesar un pasillo a ciegas, trasladar agua en las manos, hacer montones de arena en el suelo para luego deshacerlos, construir una torre de azucarillos en medio de la calle? Ninguno. Son acciones completamente inútiles que desafían la lógica productiva e instrumentalista de nuestra sociedad. Además de improductivas, sus acciones son invisibles. El público primario, el que está en el lugar de la acción en el momento en que se está produciendo, no tiene idea alguna de aquello que está viendo, si es que está prestando atención, está de hecho programado y constituye una obra de arte. En algunas de las acciones de Kovanda no hay siquiera audiencia, nadie salvo él y el fotógrafo sabe que se trata de una acción.

La cuestión es entonces ¿cuándo tiene lugar la comunicación? Parece que en el museo, en el lugar en el que una serie de personas contemplan la documentación de una obra llevada a cabo por alguien que no conocen, una acción que tuvo lugar en otro sitio y en otro momento, algo que nada tiene que ver con ellos, o tal vez sí.

1.3. Estrategias de ‘reconexión’ de articulación social: Oda Projesi

En el año 2000 Özge Açıkkol, Güneş Savaş y Sevil Yersel alquilan un apartamento de tres habitaciones en el histórico barrio de Galata (Estambul), en pleno proceso de reconstrucción y aburguesamiento. Esta iniciativa sería otra vez un hecho cotidiano sin importancia si no fuera porque ese espacio no funciona ni como vivienda ni como centro cultural, ni como estudio ni como taller, ni como espacio expositivo ni como sala de reuniones, ni como guardería ni como casa de comidas. Más bien es un espacio donde todo eso puede tener lugar.

Las tres integrantes de Oda Projesi comenzaron a trabajar juntas en 1997 con el objetivo de experimentar con las posibilidades ofrecidas por el espacio público. Ante la falta de actividades educativas propuestas por los museos de la ciudad, decidieron crear un espacio multifuncional donde combinar talleres creativos, reuniones de vecinos o momentos de descanso. Lo primero que se hizo fue vaciar una de las tres habitaciones, que quedaría siempre

5 V. HAVRANEK: *Jiří Kovanda (1953-)*, Zürich, Transit&jrp/ringier, 2006.

6 G. SIMMEL: *Filosofía de la moda*, Madrid, Revista de Occidente, 1945, p. 63.

libre y abierta a cualquier necesidad que surgiera. Ante el desconcierto de vecinos y visitantes que no entendían cómo podían tener una habitación sin usar, decidieron inaugurarla leyendo un texto de Georges Perec titulado 'De un espacio inútil' después de haber reunido a unos cuantos vecinos. Y esto último es precisamente lo que más interesa al colectivo: el encuentro social. El apartamento, emblema de la vida privada, adquiere de esta forma carácter de espacio público. Trabajaron en ese espacio hasta que en el año 2005 fueron desalojadas debido al proceso de reconstrucción de la zona. Desde entonces se mueven y actúan en diferentes sitios como estaciones de radio, parques, o minibuses. No trabajan pensando en unos resultados concretos ni le dedican importancia al aspecto material de sus obras. Lo fundamental es 'la experiencia que se genera y su legado es el recuerdo y la transmisión de esa experiencia'⁷.

«Cada centímetro cúbico es explotado para alguna función (casi exclusivamente de naturaleza económica), y el espacio libre está restringido no sólo en términos físicos sino en términos de la autodeterminación del individuo y la socialización espontánea»⁸. Oda Projesi se acoge a un modelo de trabajo basado en la generación de relaciones sociales y creatividad social más que en la auto-expresividad, caracterizado por la cooperación y la participación, comprometido socialmente, interactivo. Suelen integrarse en comunidades locales, tratándose frecuentemente de grupos sociales marginados, y se dirigen a un público diferente al del arte institucional. Quieren contribuir al cambio social pero desde una micro perspectiva.

Las actividades que realizan son de índole muy variada -talleres creativos, encuentros con artistas, picnics y meriendas, conciertos y lecturas, presentaciones de proyectos, actividades lúdicas- pero lo que tienen en común es que no se trata de mostrar o exhibir obras de arte sino de explorar el medio artístico como una estrategia para crear nuevas relaciones sociales a través de diversas investigaciones del espacio público y privado. Funcionan más como una sede o como mediadores culturales que como artistas. Utilizan su posición dentro del mundo del arte y los contactos que tienen para fomentar el encuentro entre personas de diferentes contextos. Uno de los aspectos fundamentales de su actividad es su extensión en el tiempo. Esto les ha permitido evitar el 'aterrizaje forzoso' en comunidades extrañas. Más bien se integran en ellas de una forma paulatina y natural, proporcionando el clima de confianza y complicidad necesario para que el vecindario participe en las actividades de forma activa.

Un aspecto que les diferencia de otras manifestaciones de arte público es que ellos no son reactivos, no responden a un problema social o cultural. No consideran a la gente con la que trabajan 'el otro', más bien el público tradicional institucional es el otro. A través de sus diferentes actividades en las que autor, participante y público intercambian sus roles constantemente, a través de su movimiento y transición entre comunidades de diferentes países, se plantea una cuestión, ¿quién es verdaderamente el público? ¿la comunidad turca, el público que asiste a las instituciones, el público internacional que lee los catálogos y asiste a las bienales? También Félix Duque se hace esta pregunta en su ensayo 'Arte público y espacio político' donde define al público como un 'peligroso campo de tensiones'⁹:

7 Véase C. DOHERTY: *Contemporary Art. From Studio to Situation*, Londres, Black Dog, 2004.

8 H. HANRU: *Trans(ient) City*, Barcelona, Bom, 2008.

9 F. DUQUE: *Arte público y espacio político*, Madrid, Ediciones Akal, 2001, p. 107.

«¿Dónde está, entonces, el público? El público emerge del interior de la vida privada: no se trata de una masa amorfa, acogida a cualquier bandera que se ondee ante ella, sino de individuos que necesitan desesperadamente encontrar en la acción directa, política y técnica, o en su mediación simbólica: el arte, a otros individuos con los que compartir frustraciones y deseos; individuos que se agrupan en colectivos, ya no para pedir humildemente al Soberano ser oídos –como concedía Kant–, sino que saben de derechos maltratados y de injusticias sufridas. El público, articulado de mil maneras y que en vano intenta la conjunción de la Máquina y el Mercado agrupar bajo el manto indiferenciado de “lo público”, es el doble externo, el “otro yo” del “yo” individual. Si esto es así, entonces es obvio que sin sentimiento de individualidad, y sin la frustración resultante de experimentar la imposibilidad de acción de esa individualidad en el mundo, no habría existido jamás “el público».¹⁰

1.4. Estrategias de ‘reconexión’ de articulación política: Reclaim the streets

En julio de 1996 ocho mil personas se reunieron en la carretera M-41 al sur de Londres, celebraron una macrofiesta que duró ocho horas y plantaron algunos árboles. Este hecho desde luego no fue algo cotidiano ni pasó desapercibido. Pero tampoco es un acontecimiento aislado. Este tipo de manifestaciones políticas se podrían englobar dentro del denominado arte de contexto que Jordi Claramonte define como «prácticas artísticas, social y políticamente articuladas, que lejos de producirse en los cráneos o estudios privilegiados de los artistas, para luego mostrarse en museos y galerías, toman partido, decididamente, por procesos de producción social más amplios, en los que el peso que se daba al misterioso procesamiento de un concepto en la cabeza del artista se traslada ahora al trabajo mediante el cual se critica o se postula todo un contexto relacional y situacional que, sin tener que abandonar en absoluto las herramientas estrictamente artísticas, es presentado como elemento central de un nuevo orden de productividad artística y experiencia estética.»¹¹

Reclaim the streets es uno de los colectivos de acción directa más significativos de la corriente que durante los años noventa protagonizó la toma masiva de carreteras en Londres y otras ciudades de Inglaterra, atrayendo la atención de los medios de comunicación y provocando el caos, el debate social y cuantiosas pérdidas de dinero simultáneamente. Se rebelaban contra la destrucción del entorno medioambiental, la pérdida de viviendas, la degradación de la calidad de vida y la fragmentación social en actos de reivindicación política acompañados del sonido de tambores, flautas y cantos.

En 1994 el Parlamento aprobó una controvertida ley, The Criminal Justice and Public Order Act, que penalizaba determinados comportamientos ‘anti-sociales’ y que suscitó numerosas críticas al estar dirigida específicamente contra diversas manifestaciones de la cultura alternativa que se movía fuera de los circuitos de ocio comercial, como los movimientos de acción directa, la ocupación, o la cultura rave juvenil, entre otros. La reacción a esa ley provocó la concentración de todos estos colectivos, renovándose el movimiento mediante la combinación explosiva de fiesta y protesta: las street-parties.

Se trataba de acciones benéficas, pacifistas y poéticas que actuaban desde la empatía, el enfoque positivo y la par-

10 *Ibidem*, p. 90.

11 J. CLARAMONTE: *Arte de Contexto*, San Sebastián, Nerea, 2011, p. 13.

ticipación de la comunidad, llevando a cabo performances que en ocasiones se prolongaban durante meses, como la que se vivió en Claremont Road durante ocho meses, en las que lo poético y lo pragmático se daban la mano.

Muchas de las estrategias de organización que ponían en práctica tienen una clara intención estética, que recuerda a instalaciones de Gordon Matta Clark o de Walter de María, pero al mismo tiempo revelan un gran sentido práctico. En Claremont Road se llenó una habitación de tierra, que servía tanto de barricada como de escondite, o se recortó un agujero en los muros de linde de las treinta y cinco casas en fila con el fin de crear un sobrecogedor túnel que las conectase: una maniobra para escapar de la policía, pero también una metáfora de vida comunitaria, pues se trataba de una intervención que suprimía el aislamiento de las unidades domésticas unifamiliares.

Uno de los aspectos a destacar de este tipo de prácticas es su alcance global, que no se limita y agota en su contexto específico sino que van más allá, debido a la combinación de una campaña publicitaria de enorme difusión, un carácter lúdico y festivo con un gran poder de convocatoria y el empleo de modos de actuación fácilmente asimilables por otros colectivos.

El arte público o de contexto y su posicionamiento con respecto a la vida cotidiana de los ciudadanos no consiste en llenar las calle de vacas, iniciativas que evitan claramente un posicionamiento conflictivo en el espacio público, sino en promover un debate crítico sobre su distribución, extensión y estructura y sobre los efectos que ejerce sobre nuestros hábitos de conducta. Como concluye Claramonte, «no se trata de que el arte contextual opte ‘por establecer una relación directa, sin intermediario, entre arte y realidad’, como si semejante cosa pudiera siquiera plantearse, sino de que construya sus prácticas al paso en que proporciona relaciones, modos de relación, que contribuyan a enriquecer y diversificar la percepción y la construcción de la realidad.¹²»

Conclusiones

Al comienzo de este trabajo introdujimos una preocupación que tiene que ver con una degradación de la experiencia social y estética y que hemos convenido en denominar como estado de ‘desconexión’, en el sentido de ‘indiferencia’ o ‘atrofia’ de las percepciones sociales y estéticas, surgido tal vez como estrategia defensiva ante el incesante cúmulo de estímulos sensoriales y contactos sociales al que se ve sometido el individuo de las grandes ciudades, o quizá como consecuencia del programa de homogeneización y troquelación de un espacio público, cuya estructura responde más a sistemas abstractos procedentes de la organización científica, política y mercantil, que a las necesidades reales de las personas que lo habitan.

Esta situación ha suscitado el interés de numerosos colectivos artísticos que, apartándose del carácter objetual del arte y de los medios habituales de producción, distribución y recepción artística, se han emplazado en el medio de los procesos sociales desarrollando diferentes estrategias encaminadas a la construcción de socialidad y el desbloqueo del espacio público, ‘haciéndose sitio, abriendo camino, y dejando paso’¹³ a otro modelos de convivencia y encuentro que no estén constreñidos por la lógica capitalista.

Así, amparándose de diversas formas de actuación, unas veces con un carácter más representacional y otras con una intención proactiva de transformación de la realidad, estas iniciativas confluyen en lo que hemos venido a de-

12 J. CLARAMONTE: *Arte de Contexto*, San Sebastián, Nerea, 2011, p. 85.

13 F. DUQUE: *Arte público y espacio político*, Madrid, Ediciones Akal, 2001, p. 13.

nominar como 'estética de la reconexión', es decir, formas de percepción y actuación que 'conecten' al individuo consigo mismo - Jiří Kovanda, con los demás -Oda Projesi, y con su entorno -Reclaim the streets.

Referencias

ALIAGA, Juan Vicente ; DEL CORRAL, María ; G. CORTÉS, José Miguel (ed) : Micropolíticas : arte y cotidianidad (1968-2001), Valencia, Espai d'Art Contemporani de Castelló, 2003.

BOURRIAUD, Nicolas: Estética relacional, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2006.

CLARAMONTE, Jordi: Arte de Contexto, San Sebastián, Nerea, 2011.

DEWEY, John: La estética como experiencia, 1934, Barcelona, Paidós Ibérica, 2008.

DOHERTY, Claire: Contemporary Art. From Studio to Situation, Londres, Black Dog, 2004.

DUQUE, Félix: Arte público y espacio político, Madrid, Ediciones Akal, 2001.

HANRU, Hou : Trans(ient) City, Barcelona, Bom, 2008.

HAVRANEK, Vít : Jiří Kovanda (1953-), Zürich, Tranzit&jrp/ringier, 2006.

SIMMEL, Georg: Filosofía de la moda, Madrid, Revista de Occidente, 1945.

VERNIK, Esteban (ed): Escritos contra la cosificación. Acerca de Georg Simmel, Buenos Aires, Altamira, 2000.

LOS SERVICIOS DE VOLUNTARIADO EN LOS AYUNTAMIENTOS: EJEMPLO PRÁCTICO DE ENLACE PARA NUEVAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA.

M^a de los Llanos O'Dogherty de la Riva

Coordinadora Técnica de la Oficina Municipal del Voluntariado Social del Ayto de Cádiz.

Profesora asociada de la universidad de Cádiz. Facultad de Ciencias de la Educación.

Centro de Promoción del Menor Eduardo Benot. C/ Periodista Federico Joly s/n. Cádiz. 11010. 956205870

Resumen

La participación de la ciudadanía en los asuntos sociales de su comunidad dan forma al conjunto de principios y valores que configuran un Estado de Derecho y Democrático. Implicarse personalmente en los problemas y en los proyectos comunes supone un desarrollo personal y un sentido de identidad con el medio, fundamental para el sentimiento de bienestar. Es por ello que a tal efecto la ley 7/2001 es un intento de instrumentar la participación voluntaria y organizada de los ciudadanos, establecida en los artículos 9.2 de la Constitución Española y 12.1 del Estatuto de Autonomía para Andalucía.

En este contexto social, las administraciones locales desempeñan un protagonismo fundamental al ser el organismo más cercano a los ciudadanos. Dentro de

las competencias atribuidas por esta ley, los Ayuntamientos, según art. 20, desarrollarán un número de funciones específicas y entre ellas aparece la de: "Facilitar a las entidades y personas que desarrollen acciones voluntarias en el ámbito local los mecanismos de asistencia técnica, formación e información ...".

Podemos considerar que la forma natural de integrarse en el mundo asociativo, con anterioridad a estos Servicios de Voluntariado, ha tenido un carácter diferente. La procedencia de las personas implicadas en voluntariado normalmente ha estado marcada por un carácter activista en movimientos juveniles. Hoy por hoy estos Servicios abren las puertas a todo ciudadano que desee dedicar su tiempo a esta actividad, jóvenes y no tan jóvenes.

Palabras clave

Voluntariado, participación, asociacionismo, compromiso social, entidades públicas.

Abstract

The citizen participation in social affairs of their community shape the set of principles and values that shape the rule of law and democratic system

To be involved Personally in the problems and in common projects imply a personal development and a sense of identity with the social environment is essential to the feeling of wellbeing.

That is why to that effect the law 7 / 2001 is an attempt to implement voluntary and organized participation of citizens, established in Article 9.2 of the Spanish Constitution and 12.1 of the Statute of Autonomy for Andalusia. In this social context, local governments play a fundamental role because is the system closest to

the citizens. Within the powers conferred by this Law, the municipalities, according to art.20, will develop a number of specific functions and among them appears to: "Facilitate to people and institutions that develop voluntary actions at the local scope, the technical assistance mechanisms, training and information ...".

We can consider that the natural way to integrate into the World associative, prior to these Volunteer Services, has had a different character. The origin of the people involved in volunteering has been marked by an active character in youth movements. Today these services open the door to every citizen who wishes to devote his time to this activity, young and not so young.

Key words

Voluntary, participation, social association and social commitment.

Introducción

La comunicación que presentamos a continuación es la puesta en marcha y la reflexión de diez años de experiencia a cargo de Servicios Municipales de voluntariado. El objeto de dicha exposición es explicar el funcionamiento y el objetivo de dichos servicios como entidades vinculantes entre la ciudadanía y las entidades sin ánimo de lucro, así como realizar una breve reflexión sobre el papel que están teniendo en las distintas ciudades, basándonos principalmente en el estudio de caso de la Oficina Municipal del Voluntariado del Ayto de Cádiz.

Los Servicios de Voluntariado son una iniciativa que trata de dar una posibilidad de desarrollo personal a los miembros que integran la sociedad, y que está dispuesto a participar en la construcción de la misma desde una perspectiva solidaria, aportando conocimientos, responsabilidad y compromiso. El soporte legislativo nos ayudará a entender más y mejor el papel de los servicios de voluntariado en las administraciones locales. Concretamente, en el caso que hoy nos ocupa, la Oficina Municipal del Voluntariado Social del Ayuntamiento de Cádiz está enmarcada en el área de Cooperación Social, perteneciente a la Delegación de Asuntos Sociales, cuyas competencias de dicha área son las siguientes (Artículo 6 del Decreto 11/1992 de 28 de enero):

1. El Servicio de Cooperación Social responde a la necesidad de participación y solidaridad ciudadana en el medio comunitario.

2. Consiste en el desarrollo de aquellas actuaciones dirigidas a fomentar y apoyar las manifestaciones de solidaridad de la comunidad, impulsar y promover el asociacionismo, potenciar las asociaciones ya existentes y ofrecer cauces apropiados que favorezcan la participación de la comunidad.

3. El Servicio de Cooperación Social se concreta en las siguientes actuaciones:

- a) Apoyo a los órganos de participación social existentes, especialmente a los Consejos de Servicios Sociales. Incentivar su creación en aquellos lugares en que no existen.
- b) Promoción, organización, coordinación y fomento del voluntariado Social.
- c) Fomento y apoyo a los grupos de autoayuda y convivencia.
- d) Información y asesoramiento técnico a las asociaciones, fundaciones, cooperativas e instituciones de interés social.
- e) Sensibilización de la población con los problemas comunitarios y las necesidades sociales.
- f) Coordinación de las propias actuaciones con las desarrolladas en su ámbito por las organizaciones no gubernamentales.

La finalidad del voluntariado se basa en el deseo de colaborar en la transformación de determinados aspectos de la sociedad, desde una actuación basada en la generosidad y la responsabilidad, unido a la capacidad de análisis y reflexión crítica como rasgos distintivos de la persona voluntaria. Todo ello contribuye sin duda a la madurez de la persona como ser humano y ser social, mediante la superación de desigualdades y obstáculos que impiden el pleno desarrollo de las capacidades de todo ser.

Desde este marco y necesidad ciudadana que se presenta a continuación, así como desde la realización de Planes Estatales y Autonómicos de Voluntariado, surgen las Oficinas y Servicios de Voluntariado como enlaces entre la ciudadanía y las Asociaciones y ONG'S. Esta comunicación intenta dar un acercamiento a dichos Servicios, así como un punto de reflexión sobre, el surgimiento y el funcionamiento de las mismas.

La participación del ciudadano en los asuntos sociales de su comunidad dan forma al conjunto de principios y valores que configuran un Estado de Derecho y Democrático. Implicarse personalmente en los problemas y en los proyectos comunes supone un desarrollo personal y un sentido de identidad con el medio fundamentales para el sentimiento de bienestar. Es por ello que a tal efecto la ley 7/2001 es un intento de instrumentar la participación voluntaria y organizada de los ciudadanos, establecida en los artículos 9.2 de la Constitución Española y 12.1 del Estatuto de Autonomía para Andalucía. En este contexto social, las administraciones locales desempeñan un protagonismo fundamental al ser el organismo más cercano a los ciudadanos. Dentro de las competencias atribuidas por esta ley, los Ayuntamientos, según art.20, desarrollarán un número de funciones específicas y entre ellas aparece la de: "Facilitar a las entidades y personas que desarrollen acciones voluntarias en el ámbito local los mecanismos de asistencia técnica, formación e información ...".

Las entidades sin ánimo de lucro constituyen una pequeña comunidad política que tiene su propia esfera pública. Juegan ese papel político a través de dos vías: autoritas y potestas (Loza Aguirre 2008). La primera hace referencia a la colaboración entre estado y tercer sector, aquello que genera; los pactos y los poderes públicos, que lleva en algunas ocasiones a determinar unas políticas u otras. La segunda que busca más la reivindicación, el poder de la entidad para dirigir determinadas políticas.

En definitiva las experiencias de gobernanza, deliberación, debate, si realmente se llevan a cabo preparan a las personas implicadas en las asociaciones a la participación política y forja a la persona para la vida pública.

La participación ciudadana en nuestro país se ve limitada y en algunas ocasiones posibilitada bajo el marco jurídico establecido. Desde el carácter general en la Constitución de 1978 se establece:

Art 9.2: Corresponde a los poderes públicos promover y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social.

Art 105: La ley regulará la audiencia de los ciudadanos, directamente o a través de las organizaciones y asociaciones reconocidas por la ley, en el procedimiento de la elaboración de las disposiciones administrativas que les afecten

En estas disposiciones se reconoce, garantiza y fomenta la participación, pero nos encontramos diversos límites en el desarrollo efectivo y real de la participación que intentaremos investigar en este estudio.

Objetivos

- Conocer de cerca el funcionamiento y la estructura de los servicios municipales de voluntariado.
- Reflexionar sobre el papel que están jugando actualmente tanto para la sociedad como para las entidades sin ánimo de lucro estos servicios, basándonos en sus cuatro principios esenciales:
 - Promover una conciencia basada en el compromiso social a través de la acción voluntaria.
 - Fomentar el desarrollo amplio del voluntariado en el Tercer Sector.
 - Dar a conocer la actuación de las personas voluntarias.
 - Fomentar una acción voluntaria comprometida y con acceso a formación.

Metodología

La investigación que nos ocupa está enmarcada en un paradigma cualitativo dado su carácter descriptivo de un fenómeno social como es el voluntariado. Los estudios cualitativos se centran principalmente en de los significados e intenciones de las acciones humanas desde la perspectiva de los propios agentes (Pérez Serrano 2001), en este caso las acciones están centradas en una investigación acción, reflexión propia de la propia práctica de la investigadora en su área de trabajo. Concretamente un proceso interpretativo, construidos en interacción y contextos y condicionados por nuestras experiencias, modelos, creencias, bagaje profesional, valores, etc. En este caso concreto profundizaremos sobre una realidad concreta como son los servicios de voluntariado en las administraciones locales, centrándonos en el caso de la ciudad de Cádiz.

Las herramientas principales han sido: el análisis de documentación, observaciones y entrevistas informales.

2. Los Servicios de Voluntariado Municipales

2.1 Las personas solidarias

Una de las funciones principales de las Oficinas Municipales de Voluntariado es poner en contacto al ciudadano o ciudadana que desee realizar voluntariado con las Asociaciones y ONGs que trabajan en la ciudad. Desde aquí, y con las estrategias de captación necesarias se ceden personas dispuestas a colaborar y a dar su tiempo. Concretamente desde la OMVS de Cádiz se realiza una primera entrevista al futuro voluntario en el que se dejan muy claros los siguientes aspectos (García Fajardo 1998):

- a) Realizará la acción voluntaria desinteresadamente: no cobra ninguna remuneración económica, pero tampoco obtiene otro tipo de beneficios, como sería el caso de un estudiante que realiza prácticas laborales o un objetor. Nunca las motivaciones son del todo “puras” ni la gratuidad es total: algunas personas pueden desear aumentar su currículum, hacer amigos, sentirse útiles... Procesos de formación y acompañamiento bien orientados pueden ayudar a depurar y reorientar esas motivaciones.
- b) Debe ser una persona sana psíquica y físicamente. Esto no significa que una persona con algún problema de salud no pueda ser voluntaria, sino que ha de ser más o menos sana y equilibrada. Resulta difícil generalizar en cada caso habría que valorar la situación concreta de cada persona, y por ello las Oficinas de Voluntariado son establecen una primera entrevista para el conocimiento de la persona.
- c) Realiza su trabajo de forma continuada y desde un compromiso con la institución. Si bien no existe relación laboral, sí que existe un compromiso, donde son imprescindibles la constancia y la responsabilidad.
- d) Es una persona responsable en todos los ámbitos de su vida. La persona que realiza un voluntariado lo hace después de haber respondido a sus obligaciones familiares, laborales, sociales, etc.
- e) Tiene un espíritu crítico y es consciente de que trabaja por un mundo más justo y solidario. La persona voluntaria se informa y tiene interés por conocer los problemas sociales, sus causas, y tiene presente un modelo de sociedad diferente. Esta visión global es la que le permite tener presente todas las dimensiones de los problemas.
- f) Está dispuesto a iniciar procesos personales, a dejarse interpelar. Rehuye toda actitud paternalista, porque sabe que no está “dando”, sino “compartiendo”. El voluntariado no es unidireccional, sino bidireccional. Todas las personas implicadas han de estar dispuestas a dar y a recibir, a compartir y a crecer.
- g) Trabaja en el marco de una institución o grupo organizado, en el marco de un proyecto, unos objetivos, compartiendo con otras personas.

Además de estas características también debemos tener en cuenta que el uso del voluntariado en algunas ocasiones es utilizado, de forma consciente o inconsciente, para tareas que sólo benefician a la organización como la estandarización o la instrumentalización del voluntariado. Por ello es necesario que estos Servicios canalicen que la persona voluntaria está en una asociación adecuada, realizando un servicio adecuado y en unas condiciones que aseguran una labor eficaz y real.

Así mismo las Oficinas Municipales de Voluntariado acompañan al voluntario durante todo su proceso (Aranguren, L 2000):

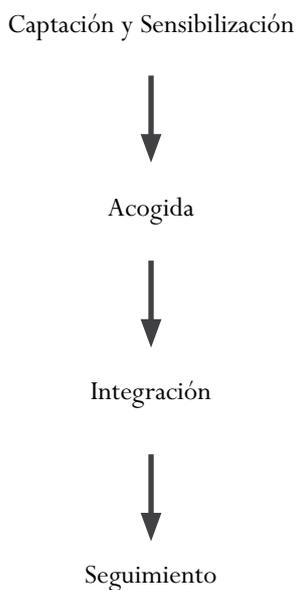


Fig 1. Proceso de la persona voluntaria

En la fase de sensibilización las campañas de captación de personas voluntarias, realizadas con ideas y aportaciones de las asociaciones, son una buena forma de llegar al ciudadano. Siempre hay que contar con las entidades ya que el potencial voluntario ira destinado a ellas y el perfil de las personas a elegir lo tienen que proponer y decidir dichas organizaciones.

Durante la acogida los Servicios de Voluntariado ponen en contacto a las dos partes y establecen una primera entrevista.

Cuando la persona voluntaria se integra en la acción, paralelamente se ofrece un curso de formación básica que ayuda a la persona voluntaria a adquirir herramientas para la acción.

En el proceso de seguimiento se organizan encuentros, cursos de seguimiento, cursos especializados... donde la persona voluntaria conoce a otras que realizan labores similares a las suyas, donde comparten experiencias y analizan la situación y el proceso por el que han caminado.

2.2 Creando redes sociales

Concretamente en el Municipio de Cádiz las asociaciones están organizadas por medio de la Red Solidaria del Voluntariado Social que regula y trabaja junto con la Oficina de Voluntariado las ofertas y demandas de voluntariado. Dichas asociaciones han sido evaluadas y visitadas por un técnico del Ayuntamiento que establece ser aptas para derivar personas voluntarias. Su funcionamiento es coordinado y llevado desde la Delegación de Asuntos Sociales manteniendo una vez al trimestre una reunión de coordinación y trabajo con los técnicos y Concejales de dicha administración. También se llevan a cabo encuentros de trabajo con la Oficina, referidos principalmente a las técnicas de Coordinación y a la figura del animador /a de voluntariado, esencial para el trabajo diario.

Desde estas Oficinas la demanda de las asociaciones y el conocimiento de cada una de ellas permite canalizar y distinguir entre aquellas que tienen un buen funcionamiento y las que no, asegurando así una acción voluntaria en un lugar realmente adecuado así como una labor social eficaz.

2.3 Los Programas

Programa de Información, Difusión y Sensibilización.

Un Programa de Sensibilización e Información es un instrumento que permite articular las diferentes actividades, en un tiempo determinado, y con unos recursos propuestos en función de un objetivo concreto. En este caso nuestro siempre es dar a conocer un servicio al ciudadano para fomentar su participación social.

ACCIONES

- Presentación de nuevas Campañas que incluyen:
- Edición de carteles y trípticos y distribución
- Edición de Mupis para laterales de autobuses.
- Edición de una guía de voluntariado

Charlas y encuentros; en Centros de Mayores, en asociaciones, asociaciones de vecinos con el programa Barrio a Barrio...

Asesoramiento y Seguimiento en materia de voluntariado.

Es importante que dichos Servicios ofrezcan un punto de información hacia distintos temas, adecuados a las necesidades tanto asociativas como de sus personas voluntarias.

Por una parte para las personas voluntarias es necesario un apoyo, realizar un seguimiento en el proceso de integración dentro de una asociación y corroborar que realmente la persona está haciendo aquello que desea

Para las entidades también es un recurso al que pueden acudir para asesoramiento legislativo sobre voluntariado, realización de proyectos y apoyo al seguimiento y a la formación de la persona voluntaria.

La formación

Existen tres cursos de formación básica:

I Formación Básica de Voluntarios y Voluntarias Sociales: El propósito de este curso es dar a conocer a los ciudadanos y ciudadanas de Cádiz el proyecto de esta Oficina, sensibilizarlos de la necesidad de su participación y compromiso en programas sociales, así como profundizar en los análisis y conceptos que facilitan un voluntariado social más eficaz.

II Curso de Seguimiento de Voluntarios y Voluntarias Sociales: En este curso se pretende realizar un seguimiento de todas las personas que se integraron en su día en una de las demandas de acción voluntaria.

III Evaluación de la Acción Voluntaria: Desde este espacio de evaluación se pretende conocer como ha sido la acción voluntaria de todas esas personas que eligieron en su día ofrecer su tiempo a favor del compromiso social, así como reanudar un nuevo compromiso hacia un nuevo año.

3. Conclusión: Reflexión sobre las nuevas formas de participación a través de los Servicios Municipales de Voluntariado.

Actualmente la administración debe dar una respuesta rápida en forma de políticas sociales y las entidades sociales sin ánimo de lucro están dando muchas de estas respuestas. Pero además se están estableciendo relaciones nuevas entre ambas entidades que pueden producir una crisis de legitimidad en las democracias participativas occidentales. Según Pomares (2008), existen tres relaciones esenciales:

- 1) Relaciones comerciales: Las asociaciones son meras prestadoras de servicios. Se ha pasado de una relación basada en los trámites y en las convocatorias a una relación de contratación directa.
- 2) Relaciones políticas: lobbies de presión que buscan intereses mutuos.
- 3) Relaciones falsas: basadas en los intereses de sus dirigentes

Podemos asegurar que para algunos autores los nuevos movimientos sociales son ricos, diversos y complejos, complementarios y no disruptivos del aparato institucional (Alonso Benítez 2001), y para otros una forma de donación de responsabilidades estatales (Petras, 2006). Pero desde las dos ópticas sí podemos afirmar que el Estado no es sólo mejorable, sino que debe transformarse para dar una mayor y mejor cabida a estos movimientos sociales. La sobre-burocratización, la desorganización, la ineficacia y el alejamiento con la ciudadanía son algunos de los aspectos que debe mejorar la administración para poder abrir nuevos espacios a las entidades, ámbitos de participación y de constitución de la ciudadanía.

Aún así los servicios de voluntariado son el principal canal para integrar y asesorar a las personas que desean realizar una acción clara y activa para mejorar su entorno. El voluntariado social acaba entendiéndose como un servicio gratuito y desinteresado que nace de una triple conquista de la ciudadanía: como un ejercicio de la autonomía individual, de la participación social y de la solidaridad para con los últimos (García Roca J. 1994). Una ciudadanía consecuentemente solidaria es la que no pasa de largo ante las injusticias, que en el seno de nuestro sistema y modos de vida se generan (Perez Tapias 2007). Por ello desde el 15 de mayo de 2011 se han puesto en crisis el modelo actual de asociacionismo. Muchos de los que salieron a la calle el 15M formaban parte del tejido asociativo, pero no ejercían y ejercen su papel reivindicativo como colectivo sino como ciudadanos. Es la primera vez que esto ocurre y la administración y los políticos deben escuchar lo que está pasando, ciudadanos que reclaman su participación real en un sistema que desde las asociaciones no les ha permitido del todo luchar contra las injusticias impuestas por los mercados y la sociedad actual. El voluntariado se perfilaba como una cuestión de dignidad de los otros, pero en cuanto esa dignidad ha sido atacada de forma general a la sociedad, la ciudadanía se ha organizado de forma particular para reclamar esa dignidad en un sentido amplio. La participación es un derecho ciudadano imprescindible para que se produzcan cambios sociales, una democracia real debe tener en cuenta a la ciudadanía no sólo como personas que participan de su realidad social, de entidades sin ánimo de lucro, de movimientos asamblearios... sino como protagonistas de su propia historia y cambios sociales, y la administración debe facilitar los mecanismos para esto se produzca.

Referencias

- ALONSO BENÍTEZ, L.E. (2001). El Sector Comunitario. Juventud y empleo. Ponencia en el curso: El Voluntariado y las ONG's: valoración crítica. 13 al 15 de Septiembre de 2001.
- ARANGUREN GONZALO, L (2000). Somos andando. Ed Cáritas. Madrid
- GARCÍA FAJARDO, J.C (1998). Manual del Voluntariado. Ed.S XXI. Madrid
- GARCIA ROCA, J. (1994) Solidaridad y Voluntariado. Sal Terrae. Santander.
- PÉREZ SERRANO, G. (2001) Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Ed Muralla. Madrid.
- PEREZ TAPIAS, J.A (2007) Del bienestar a la justicia. Aportaciones de una ciudadanía intercultural.
- PETRAS, J. (2006) Entrevista a James Petras. www.revistateina.org/teina11/dos4.htm
- POMARES FUERTES, F. (2008) ¿Cómo caracterizaría la relación de los ayuntamientos con el Tercer Sector: conflictiva, marcada por la incomprensión mutua, fácil, satisfactoria? ¿Cuales diría que son los puntos de fricción? En Cuadernos de debate 4. Los equilibrios del Tercer Sector. Una filosofía del pluralismo de funciones. Fundación Luis Vives. Madrid

LA RESIGNIFICACIÓN DE LA CIUDAD A TRAVÉS DEL CARNAVAL MEDIEVAL Y EL EL MOVIMIENTO 15M: ANALOGÍAS EXPRESIVAS

Rafael Timón Gómez
Vanessa García Guardia

Doctorandos

Facultad de Ciencias de la Información. Ciudad Universitaria (España) 28040 Tlfn: + 34 690680512 + 34 651542147

Email: rafaeltimongomez@gmail.com vansgg_76@yahoo.es

Resumen

La fiesta del Carnaval surge en la Edad Media como una celebración que tomaba la plaza urbana dislocando las relaciones sociales y su jerarquía mediante la parodia y la comicidad. Los actos y ritos que implicaba su celebración eliminaban el aspecto de la individuación transformando a los participantes en un cuerpo social único y tumultuoso a través del que podían liberar las pulsiones reprimidas diariamente en una sociedad estamental como la medieval. Así, ese espíritu donde la libertad y la desregulación campaban a sus anchas suponía también una reinención del uso del espacio público que llevaba a la total transformación de la ciudad durante la celebración de los actos y los ritos que eran propios del Carnaval.

Frente a la progresiva desnaturalización de las modernas fiestas de Carnaval, las cuales sólo recuerdan a los

festejos de los que toman nombre en ciertos elementos formales, ya que han perdido buena parte del espíritu libre y creativo que las caracterizaba originalmente, estamos siendo testigos de un movimiento ciudadano, el 15 M, cuya forma de apropiarse de las calles y, sobre todo, su manera de expresarse, sí tienen importantes similitudes con el modo en que se desarrollaba el Carnaval original. Así, este trabajo analiza la manera en que el movimiento 15 M ha utilizado espontáneamente el espacio público de la ciudad de Madrid, y, dejando a un lado el mensaje lanzado explícitamente por el mismo, como el modo en que se ha encauzado ese uso y las formas de expresión en que se ha concretado pueden adquirir a la luz de su relación con las características e implicaciones del Carnaval medieval una relevante significación social independientemente del trasfondo político del movimiento.

Palabras clave

Carnaval, espacio público, 15M, cuerpo social, formas de expresión.

Abstract

The popular celebration of the Carnival born at the Medieval Age as a celebration that took up the urban square dislocating social relations and its hierarchy through parody and comedy. The acts and rites involving the celebration converted the participants in an single social and tumultuous body through they could release the daily repressed pulsions in the stratum medieval society. So, that spirit of freedom supposed a reinvention of the public spaces of the city during the Carnival.

Opposite to the modern Carnival, which only preserves some formal aspects of the medieval Carnival, we are being witnesses of a citizen movement, the 15M, with important similarities in the forms of expression and the way it uses the public spaces with the original Carnival. This paper analyzes the way the 15M movement has used these public spaces of the city of Madrid and how it could have a special social significance if we relate it with the implications of the forms of expression in the medieval Carnival.

Key words

Carnival, public space, 15M, social body, forms of expression

Introducción

El movimiento 15 M y las concentraciones populares que se han producido bajo su influencia son, todavía, una realidad reciente cuyas implicaciones sociales, culturales y políticas son difíciles de predecir. Hasta el momento no ha habido tiempo suficiente para que sean objeto de un tratamiento profundo más allá del análisis de la actualidad propio de la actividad periodística, el cual, generalmente, se ha centrado en el impacto que estas manifestaciones han tenido y siguen teniendo en el comportamiento de los partidos políticos mayoritarios y en la intención de voto de los electores. Pero aún desde un acercamiento superficial a estos acontecimientos se puede ser consciente de sus múltiples implicaciones y de su relevancia social, tal vez no debido a su originalidad o su intrínseco poder conceptual, sino a su especial significación en tiempos de apatía y desidia ciudadana por lo público. La aparición de estudios de tipo científico acerca de estos acontecimientos, que los aborden desde ángulos diferentes a la actualidad política, puede ayudar a desentrañar, e incluso a perpetuar, las implicaciones de un movimiento con vocación de permanencia que puede ver ese ansia lastrada por su rechazo a un discurso social robusto y concreto debido a la necesidad de agrupar a personas provenientes de todo tipo de estratos sociales y tendencias ideológicas. De esta forma, este trabajo pretende analizar determinadas actividades del movimiento, su manifestación más corporea, desde el punto de vista de la comunicación y las teorías sobre el espacio público para así poner de manifiesto algunas otras importantes repercusiones de las mismas más allá de las explícitamente políticas que, de todas formas, se encuentran, implícitamente, en los planteamientos sociales y políticos del movimiento al suponer un posicionamiento práctico sobre el uso del espacio y la formación de la opinión pública.

Objetivos

El objetivo de este trabajo será el análisis de las implicaciones de las formas de expresión propias del Carnaval medieval a la luz de los textos sobre la materia, para posteriormente compararlas con las formas características de las concentraciones convocadas por el movimiento 15M en Madrid o, más concretamente en la plaza de la Puerta del Sol de dicha ciudad, y así dilucidar desde una perspectiva novedosa algunas consecuencias que para la ciudad y sus espacios públicos éstas tuvieron.

Metodología

El trabajo desarrolla una metodología cualitativa basada en el análisis de varios textos sobre las fiestas populares medievales desarrollados por autores reconocidos en la materia. De esta forma trata de ordenar esos trabajos para realizar una lista coherente de las formas de expresión de una manifestación concreta de éstas: el Carnaval medieval, y poder así desarrollar una teoría acerca del impacto en el espacio público de esas formas de expresión partiendo de determinados planteamientos teóricos sobre esta compleja cuestión. El análisis se completará, siguiendo también una metodología descriptiva y cualitativa, con la comparación entre ese desarrollo y las formas de expresión que se dieron en las concentraciones de la Puerta del Sol de Madrid a partir del 15 de mayo de 2011.

1. El Carnaval Medieval

La tradición popular del Carnaval, tal y como la entendemos actualmente, surge en la Edad media, si bien tiene sus raíces en épocas mucho más remotas. Esa configuración medieval del Carnaval se manifiesta en su propio nombre, que proviene del vocablo del latín medieval *carnevalarium*, y es muestra de que sus tradiciones más comunes, aquellas que han llegado hasta nuestros días, si bien su esencia se ha perdido considerablemente, se asientan en ese momento y están ligadas a la estructura social de esa época.

El Carnaval era una celebración pública y popular, ya que se desarrollaba en las calles y plazas de las ciudades y los pueblos, y en él se involucraba la población al completo, sin distinción de estamento, clase social, edad o sexo. Su celebración implicaba la ocupación del espacio público por parte de la marabunta de participantes que, básicamente, llevaban a cabo tres tipos de prácticas:

- 1) Comilonas y banquetes: puesto que en el Carnaval confluían tradiciones paganas y cristianas, este tipo de actos representaban, siguiendo la línea de otras celebraciones paganas que señalan los cambios de estación, por un lado, el final del invierno a través del consumo de los alimentos que habían sobrado del acopio realizado con motivo de esta estación, y por otro, la preparación para la cuaresma cristiana a través de las comilonas, que buscaban compensar el futuro ayuno que este periodo implica.
- 2) Luchas y batallas populares: el Carnaval era un tiempo en que las tensiones de la vida cotidiana explotaban de una forma excesiva. De esta forma, muchas veces implicaba peleas entre diferentes gremios o cofradías donde los golpes se entendían como parte del espíritu festivo, así como batallas de comida y apaleamientos, ya fueran simbólicos o reales, de figuras disfrazadas como miembros del clero o de la aristocracia.

3) Expresiones artísticas rituales y verbales: como pasacalles, parodias o coros, todas ellas con un fuerte componente de crítica social y política. Eran muy comunes las parodias de personajes e instituciones del clero o de la aristocracia, en las que se atacaba un sistema de dominación tan injusto y poco igualitario como el medieval. Era normal la celebración de letanías o liturgias humorísticas, como las liturgias de los borrachos, los jugadores o el dinero, en las que se representaban oficios religiosos y pasajes bíblicos mediante las danzas y el uso de máscaras y disfraces que rozaban lo grotesco. También eran normales las canciones y coplas satíricas y la deformación de consignas oficiales con objetivos paródicos.

Estas formas de expresión, por tanto, aunque en cierto sentido emanaban de las oficiales, se diferenciaban notablemente de las del culto religioso y de las utilizadas en las ceremonias públicas que oficiaban la Iglesia y la nobleza, creándose de este modo durante el Carnaval, una particular cosmovisión del mundo y de las relaciones humanas cuyo principio fundamental abogaba por constituirse como la antítesis del mundo oficial, al que sustituía totalmente durante las celebraciones. Como explicó Mijail Bajtín en su obra *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*, el contexto de Francois Rabelais:

Parecían haber construido, al lado del mundo oficial, un segundo mundo y una segunda vida a la que los hombres de la Edad Media pertenecían en una proporción mayor o menor y en la que vivían en fechas determinadas. Esto creaba una dualidad del mundo, y creemos que sin tomar esto en consideración no se podría comprender ni la conciencia cultural de la Edad Media ni la civilización renacentista (1987, 11)

De esta manera, en el fervor de la fiesta carnavalesca no existía la opción de ser espectador, todo el pueblo participaba de la celebración y se dejaba llevar por el espíritu propio del carnaval, que no era otro que el de la liberación con el objetivo de la ruptura con las tensiones sociales propias de la sociedad feudal y estamental del medievo, lo que suponía una experiencia de renovación personal muchas veces esencial para la asunción del rol asignado a cada clase social el resto del año. De este sentimiento comunal habla también el antropólogo David Le Breton:

El aspecto serio de la vida vuela en pedazos ante la risa irreprímible de la colectividad, unida en el mismo sacrificio ritual de las convenciones. Fiesta típicamente comunitaria en la que el conjunto de los hombres tiende, provisoriamente, a la comunión, más allá de las tensiones de toda vida social. Todo esto es necesario para hacer un mundo: el Carnaval lleva esta conciencia a su intensidad máxima. Los placeres del Carnaval celebran el hecho de existir, de vivir juntos, de ser diferentes, incluso desiguales, al mismo tiempo débiles y fuertes, felices y tristes, emocionados y frívolos, mortales e inmortales (2002, 30-31).

La interrelación que se produce entre personas, ese sentimiento de comunidad que se da en el Carnaval, parte de una concepción del cuerpo y el individuo muy diferente a la actual. El hombre medieval todavía no ha desarrollado la conciencia de la separación entre el individuo y el cuerpo, el sentimiento de individuación propio de la modernidad que va surgiendo a la par que se retiran las tradiciones cómicas y carnavalescas de la plaza pública; sino, como explica Le Breton, todavía tiene una concepción cosmológica del ser, en la que hombres y cuerpos son la misma cosa y forman parte del cosmos. Es, por lo tanto, una concepción social del cuerpo que se expresa en su máximo apogeo en el Carnaval, donde los cuerpos y, por tanto, los hombres se funden en comunidad guiados por su afán de libertad. En ese sentido, los cuerpos libres, liberados, se mezclan entre ellos y con

su entorno simbólicamente; por lo tanto, el Carnaval era una experiencia donde la comunidad se construía al compartir el espacio físico y, también, el simbólico. Esta concepción del cuerpo se corresponde con aquella que Bajtin denominó cuerpo grotesco (1987, 285-286), al que define como una figura de intercambio desregulado, biológico y social fluctuante, que actúa y se abre al mundo, a la vez, de forma concreta y abstracta, pasiva y activa, ambivalente, por tanto. De esta forma, la idea de cuerpo grotesco es la que preside la concepción del cuerpo en las formas de expresión en que se concreta el Carnaval, un cuerpo que deformado hacia dentro y hacia fuera por los disfraces y las máscaras, comunica interior y exterior mediante la deglución y la defecación en los banquetes y las comilonas, que sangra en las peleas populares, que sufre y goza conectando vida y muerte.

2. El Carnaval y el espacio público

Como se ha mencionado, el lugar de celebración del Carnaval es la plaza y la calle públicas, es decir, el espacio público. Se podría argumentar que no es posible hablar de espacio público en la Edad Media, puesto que en esa época no se daban las condiciones necesarias para manejar este concepto.

De acuerdo con la idea moderna de espacio público, éste no es sólo el lugar por donde cualquier persona tiene derecho a circular, sino que también es donde se desarrolla la vida pública en sus dimensiones social, cultural y política. Es un lugar de interacción social e intercambio libre de ideas necesario para el surgimiento de la opinión pública y la construcción de la ciudadanía, una zona intermedia entre lo privado y lo estatal que comprende las características necesarias para canalizar la vida pública y que surge en la modernidad a la vez que se conceptualizan y reconocen los derechos del hombre. Este es el sentido que, por ejemplo, asume Jurgen Habermas (2009), y el que generalmente se baraja en la actualidad. Así, desde este punto de vista, es cierto que no se podría hablar de espacio público en el Carnaval medieval, puesto que en el medievo las personas no eran titulares de derechos y, por lo tanto, no les era reconocida la condición de ciudadanos, ni tenían el derecho a expresarse libremente, ni siquiera a circular libremente por las calles y plazas. El pueblo era objeto de prerrogativas, no de derechos, y así, si podían circular por las propiedades de los señores feudales, el clero, o la nobleza era porque estos se lo permitían. No existía, por tanto, el espacio público en el sentido antes explicado.

Pero, tal y como comprende el politólogo chileno Rodrigo Salcedo Hansen siguiendo los planteamientos de Michel Foucault sobre el poder (2002), si se asume únicamente esta concepción no se estaría teniendo suficientemente en cuenta una de las características esenciales que se pueden predicar de la idea de espacio público y que es anterior a la racionalidad de la que es heredero Habermas: la conceptualización de éste como el lugar donde se expresa y se ejercita el poder. Así, la idea moderna de espacio público está concebida desde la perspectiva de la organización política de la modernidad, caracterizada por el reconocimiento de una ciudadanía ostentadora de derechos civiles y políticos que será la que desarrolla los espacios públicos y la opinión pública en ese momento. Es una concepción más estrecha que la planteada por Foucault. De esta manera, desde su punto de vista, en la Edad Media también se podría hablar de espacio público, y éste sería aquel en el que se expresa el poder del rey, la nobleza y el clero. El poder de estos, como cualquiera, es un poder que sólo alcanzaba sentido cuando se expresaba públicamente y, de esta forma, los espacios públicos estaban determinados por las ceremonias oficiales cuyo fin era la manifestación del poder temporal o divino. Las características del espacio público moderno no se daban, no había espacio para la interacción entre las clases sociales y el debate crítico. La plaza y la calle eran públicas en la medida en que los actos oficiales lo establecían.

Pero, como se ha explicado, durante el Carnaval la situación cambiaba radicalmente, si bien éste se celebraba con el consentimiento de aquellos que ostentaban el poder, los banquetes y las misas y letanías paródicas, así como las demás celebraciones que se desarrollaban durante el Carnaval, suponían un espacio de libertad de palabra y de acto. En esas parodias verbales y físicas se trataban temas políticos, sociales y religiosos, se cuestionaban los estamentos establecidos y se quebrantaban todas las imposiciones oficiales, incluidas las estamentales e, incluso, las físicas, transformando al pueblo en una verdadera comunidad radicada en el intercambio tanto físico como social y cultural. Es decir, en cierto sentido el Carnaval medieval se puede entender, aunque sus rituales difieren totalmente, como un precedente de la futura sociedad pública de la modernidad y del espacio público entendido como aquel que se caracteriza por la multiplicidad de usos y el encuentro social. Como apunta Angela Mitchell:

En este sentido el dialogismo es un aspecto fundamental del Carnaval, una pluralidad de muchas conciencias completamente válidas, cada una de ellas aportando su propio punto de vista, una forma diferente de ver el mundo. Dos voces es el mínimo para la vida, el mínimo para la existencia; si el dialogismo termina nos revela Bakhtin, todo termina. Este proceso de enriquecimiento recíproco abre nuevas posibilidades para cada cultura, revela potencialidades ocultas, promueve la renovación y el enriquecimiento y crea nuevas potencialidades, nuevas voces, que pueden hacerse auténticas en una futura interacción dialógica. De esta forma dos voces se unen en la comunicación libre y franca que permite el carnaval y aunque cada una conserva su propia unidad y abre la totalidad, se enriquece mutuamente. El carnaval y los componentes que lo acompañan representan una teoría de la resistencia, una teoría de la libertad contra toda forma de dominación. El carnaval es un lugar para tejer un nuevo modelo de inter-relación entre individuos... Gente que en la vida están separados por barreras jerárquicas entran en contacto libre y familiar en la plaza del Carnaval, hay una motivación durante el tiempo del Carnaval para crear una configuración social humana que va más allá de las formas sociales existentes.

Es decir, la vida del Carnaval se configura como una corriente que se reapropia del espacio público durante un tiempo concreto y le da la vuelta, lo vuelve del revés. Aunque no se debe entender como una práctica que se opone directamente a las oficiales, se alterna con éstas y depende de ellas tanto para realizarse, puesto que es la autoridad quien permite su celebración, como en su contenido mismo, ya que ambas surgen de las mismas circunstancias sociales pero dan lugar a representaciones muy diferentes, una estrictamente jerárquica y separadora, la otra comunitaria y unificadora.

3. El movimiento 15M: sus formas de expresión

El Movimiento 15M o Movimiento de Indignados es un movimiento ciudadano creado a raíz de las manifestaciones convocadas el 15 de mayo de 2011 por el grupo Democracia Real Ya, que surgió a partir de la necesidad de organizarse que supusieron las numerosas acampadas por toda España en que desembocaron las marchas, y al que se unieron otras asociaciones pro participación ciudadana que se encontraban cercanas ideológicamente a los principios que guiaron estas marchas. Una de las características más relevantes de la organización del movimiento y de todas las convocatorias posteriores a su creación es el uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales, como Facebook o Twitter, para lograr la rápida movilización de los participantes y la difusión de sus manifiestos.

En éstos, así como en las diferentes manifestaciones y actos convocados por el movimiento, se han defendido una serie de propuestas que se pueden resumir en: una democracia más transparente y participativa que la propugnada por los partidos políticos mayoritarios, una menor influencia social y política de bancos y corporaciones financieras, y el reforzamiento del estado social y, por tanto, de los llamados derechos económicos, sociales y culturales.

De esta forma, el movimiento, desde el primer momento, puso un gran ímpetu en rechazar toda vinculación con cualquier partido político y así defender su naturaleza ciudadana y su orientación apartidista, lo que se manifiesta en una forma de organización horizontal y una manera transparente de tomar decisiones.

De gran inspiración resultaron ser los textos del libro ¡Indignaos! del autor francés Stéphane Hessel (2011), los cuales son un claro alegato contra la indiferencia y a favor de la insurrección pacífica, de la movilización ciudadana dentro del marco de la democracia. Un testigo que parece haber sido recogido por la plataforma Democracia RealYa y el Movimiento 15M, entre otros, ya que éstos, desde el primer momento, se han planteado como movimientos civiles y ciudadanos que buscan abrir un espacio de discusión sobre el rumbo que están tomando los sistemas democráticos en la sociedad post capitalista, y de reivindicación de los principios en los que se fundaron esos sistemas y que consideran que se están desvirtuando. Así, en su plataforma principal de expresión, su página web, se puede leer como los integrantes del Movimiento social Democracia RealYa, se definen de esta manera:

Nosotros los desempleados, los mal remunerados, los subcontratados, los precarios, los jóvenes... queremos un cambio y un futuro digno. Estamos hartos de reformas antisociales, de que nos dejen en el paro, de que los bancos que han provocado la crisis nos suban las hipotecas o se queden con nuestras viviendas, de que nos impongan leyes que limitan nuestra libertad en beneficio de los poderosos. Acusamos a los poderes políticos y económicos de nuestra precaria situación y exigimos un cambio de rumbo. (<http://www.democraciareal-ya.es/quienes-somos/>)

Otro ingrediente importante en estas movilizaciones fue el contagio colectivo de un sentimiento libre y espontáneo que movió a la ciudadanía y que se tradujo en un clamor popular pidiendo protagonismo en las decisiones políticas. En los primeros días de movilización, la plaza de la Puerta del Sol en Madrid y las calles adyacentes, así como numerosos lugares significativos de otras ciudades de España e, incluso, del extranjero, se llenaron de personas de diferentes condiciones sociales y económicas, edad e, incluso, adscripción política, con un mismo objetivo: las ansias de que sus peticiones de renovación política fueran escuchadas. Pero fue en esa plaza de la Puerta del Sol de Madrid donde tuvo lugar la representación más llamativa, que se asumió como símbolo de las movilizaciones: la llamada Acampada Sol, en la cual la multitud tomó, literalmente, la plaza y acordó no abandonarla hasta que sus reivindicaciones no fueran atendidas por las diferentes administraciones territoriales. En esos días la plaza se transformó tanto estética como funcionalmente, y de ser un lugar en el que prácticamente se había erradicado la vida pública; atomizado y separado de la ciudad, como muchos otros, para transformarse en una burbuja dedicada al turismo y al comercio que éste genera, pasó a convertirse en un lugar de encuentro y discusión social para un abanico amplio de población cuyo objetivo era expresar su indignación, y que lo hicieron a través de determinadas formas de expresión relativamente espontáneas y de gran significación desde el punto de vista del espacio público. Ya que, aunque el mensaje explícito del movimiento 15M era de tipo reivindicativo político-económico, la forma en que se lanzó ese mensaje, en la Puerta del Sol y en muchas otras plazas y calles, también decía mucho, aunque fuera implícitamente, acerca del uso de esos espacios públicos. De esta forma, son

esas formas de expresión características de lo que sucedió en la plaza de la Puerta del Sol de Madrid, las que se pasarán a examinar para, finalmente, confrontarlas con las propias del Carnaval medieval con el objeto de establecer analogías y diferencias entre unas y otras, y extraer conclusiones al respecto tras este análisis.

En primer lugar, hay que dejar claro que todas estas expresiones se produjeron en el contexto de una masiva ocupación de la plaza por parte de los manifestantes. Desde el primer momento, el movimiento entendió que había que trasladar la discusión de las cuestiones públicas de internet al espacio público físico, que había que ir a la plaza pública a discutir los asuntos públicos, lo que implica ya un mensaje sobre el uso de los espacios públicos urbanos. Así, una de las consignas principales del movimiento fue “toma la plaza”, y ésta fue tomada masivamente. De esta manera, como en el Carnaval medieval, la forma característica en que el movimiento se enfrenta a los espacios públicos físicos es el tumulto, donde cada uno de los participantes deja a un lado aquello que lo individualiza para unirse a los demás. En la manifestación y la posterior acampada en la plaza no se podían dar distinciones de clase social, económica o por razón de la edad, ya que la agitada multitud impedía reconstruir los elementos identitarios necesarios para tal separación y, así, de la confusión brotaba un único cuerpo, un cuerpo social en el que, al igual que en el Carnaval medieval, se confundían los individuos. Además, también hay que señalar que un componente muy importante que permite, de nuevo, establecer conexiones entre los acontecimientos que nos atañen y el Carnaval medieval, fue la utilización de grandes dosis de humor e imaginación para expresar los mensajes críticos que allí se difundieron, lo que acercaba las manifestaciones, en cierto sentido, a las fiestas populares, como se verá más adelante.

Concretamente se pueden distinguir los siguientes tipos de manifestaciones expresivas respecto de lo sucedido en la plaza de la Puerta del Sol a partir del 15 de mayo:

1) Expresiones lingüísticas: eslóganes y consignas repetidas en pancartas, carteles y pegatinas, pero también en forma de cánticos y hashtags en internet. Estos últimos son términos precedidos de una almohadilla que se añaden a los mensajes en varias redes sociales, especialmente en Twitter, para identificar una determinada cadena de mensajes sobre un tema concreto. Como ejemplos representativos se pueden mencionar los siguientes: “Yes We Camp”, “violencia es cobrar 600€”, “no hay pan para tanto chorizo” o “nobody expects the #spanish revolution”. En estos eslóganes está muy presente el humor y la ironía a la hora de realizar crítica política y social. Generalmente, se basan en juegos de palabras y significados, o en la revisión de dichos populares u otros eslóganes que cambian totalmente de significado al sustituir una o varias palabras.



Manifestantes en la Puerta del Sol de Madrid reivindicando sus derechos a través de creativos eslóganes. Fuente: FotogrAcción.

2) Expresiones artísticas: artes plásticas y música. Con mayor o menor contenido crítico y utilizando varias técnicas en cuanto a las artes plásticas. La música tuvo un papel principalmente lúdico, aunque muchas veces acompañaba las proclamas y cánticos de los manifestantes que se han expuesto antes.



La música fue un ingrediente fundamental en las concentraciones. Fuente: FotogrAcción.

3) Expresiones lúdicas: como se ha comentado la toma de la plaza de la Puerta del Sol, significó una completa transformación de los usos de la misma. Así, durante la acampada y las manifestaciones se desarrolló un huerto urbano, se potenció el uso lúdico del espacio a través de la organización de juegos para personas de todas las edades y abiertos a todo aquel que quisiera participar y, espontáneamente, muchos de los participantes utilizaron disfraces tanto con connotaciones políticas como meramente festivas, acercando aun más las concentraciones a la esencia de las fiestas populares.



Las actividades lúdicas dieron un toque de color a la plaza de la Puerta del Sol. Fuente: FotogrAcción.

4) Expresiones característicamente políticas: aunque casi todas las formas de expresión que se dieron durante las manifestaciones siguientes al 15 de mayo tenían un carácter político, es decir, tenían por objeto contenidos políticos, también hubo algunas que no sólo trataron cuestiones políticas, sino que se revistieron de una forma típicamente política. Así, el epicentro de la actividad de las manifestaciones se pueden considerar las asambleas, comisiones de discusión y charlas participativas donde se tomaron decisiones tanto concernientes a la propia organización de las manifestaciones como a cuestiones más amplias de tipo político, económico y social. Estas reuniones se caracterizaron por su organización democrática y abierta a la participación.



Las comisiones y discursos políticos invitaron a la participación de la ciudadanía. Fuente: FotogrAcción.

Por supuesto, éstas formas de expresión se confundían y se mezclaban en muchos momentos. No era algo poco usual ver collages que incorporaban eslóganes o grupos musicales que los utilizaban como letra de canciones ya existentes. Como los cuerpos y las identidades, las concentraciones de la Puerta del Sol también fueron híbridas en cuanto a sus formas de expresión.

De esta manera, se puede argumentar que las movilizaciones convocadas por el movimiento 15M significaron una singular reapropiación de la calle por la ciudadanía, la resignificación del espacio público de la ciudad. Ante esta afirmación cabe preguntarse acerca de las diferencias entre estas concentraciones y las manifestaciones usualmente convocadas por asociaciones y sindicatos que a menudo recorren las calles de nuestras ciudades. Es decir, cuestionarse sobre las razones que nos llevan a afirmar la singular forma de apropiación del espacio público que implicó el 15M. De esta forma, si se atiende a las formas de expresión numeradas más arriba, se puede comprobar que muchas de ellas no son las usuales en las manifestaciones llevadas a cabo en los últimos años. De éstas no se puede decir que signifiquen una reapropiación de la calle y el espacio público puesto que de ninguna forma implican el intercambio social espontáneo y exaltado, y la superposición de usos de esos espacios, características éstas propias del espacio público en peligro de extinción, que significaron las movilizaciones del 15 de mayo y posteriores días. Los actos de la Puerta del Sol se asemejaron más a una celebración popular que a una manifestación planificada y autorizada por las autoridades, ordenada y totalmente separada de los ciudadanos que no participan en ella. Las movilizaciones incorporaron de una forma espontánea al aspecto político y reivindicativo el lúdico, justo al contrario de la forma en que el Carnaval partía de lo lúdico para llegar a la crítica, pero consiguiendo unos resultados similares aunque, por supuesto, teniendo en cuenta las importantes diferencias culturales que el tiempo impone entre unas y otro.

De esta forma, se pueden encontrar reseñables similitudes entre las formas de expresión en el Carnaval medieval y las movilizaciones de la Puerta del Sol. En ambas vemos que tiene una vital importancia el humor, la parodia y las expresiones cómicas, para realizar crítica social. En el Carnaval se parodiaban las imágenes y ceremonias de la cultura oficial a través de representaciones, canciones, danzas y disfraces: las misas, los sacerdotes, el rey, etcétera; mientras que en la Puerta del Sol se parodian los eslóganes de la cultura oficial y sus imágenes, los mitos del estado del bienestar y el libre mercado, cada vez más tambaleantes: el salario mínimo, la democracia representativa, el consumo, la representación de la belleza y la salud -ya es icónica la imagen de la gran valla publicitaria que cubría uno de los edificios de la plaza de la Puerta del Sol mostrando a una conocida actriz transformada en un gran collage que utilizaba partes del anuncio para insertar eslóganes y consignas-, etcétera.

En ambos casos, tanto el Carnaval medieval -que no el moderno, que es sólo un pálido reflejo del frenesí que implica esta fiesta en el medievo- como las protestas de la Puerta del Sol, se discute el discurso oficial de su época sobre el espacio público. El movimiento 15M, con sus prácticas expresivas, reivindicó de hecho, más allá de las peticiones políticas que conforman su mensaje explícito, un espacio público acorde con los principios de intercambio cultural, complejidad y superposición de experiencias y circulación de ideas, un espacio público que crea comunidad. Frente a la atomización de las ciudades contemporáneas explicada por Richard Sennett (2011), donde los espacios están cada vez más separados y dedicados a una sola función, con la consiguiente separación de las personas y la pérdida de calidad de los espacios públicos, las concentraciones de la Puerta del Sol significaron una rebelión, eso sí, permitida -ya que reivindicaron y aplicaron principios de comunidad y ciudadanía que se encuentran en la base de nuestra cultura y, aunque se estén perdiendo, no pueden ser acallados sin más-, como lo era el Carnaval medieval, frente a los poderes que en la actualidad definen el espacio público.

Conclusiones

El uso de los espacios públicos está en la actualidad muy segmentado, por lo que éstos tienden a perder aquello que implica su publicidad y, por lo tanto, a convertirse en espacios pseudo-públicos. Esto provoca que sus usuarios hagan uso de ellos parapetados en aquello que les separa de los demás: su condición de turista, de comprador, de habitante de una urbanización, etcétera. El movimiento 15M propone un acercamiento a la ciudad y sus espacios físicos y virtuales comunitario y ciudadano, es decir, centrado en aquello que compartimos como habitantes de ese espacio. La comparación entre las concentraciones que se llevaron a cabo en la Puerta del Sol y el Carnaval medieval nos permite observar desde una perspectiva novedosa como determinadas prácticas expresivas llevadas a cabo en el espacio público crean comunidad y posibilitan que las personas se desprendan de aquello que les separa en sus prácticas comunitarias para incorporarse a un cuerpo social simbólico que enriquece la convivencia y crea el espacio necesario para la discusión libre y el intercambio de ideas entre iguales. Ya sea en las tumultuosas celebraciones del Carnaval medieval, en los banquetes, los bailes o las letanías paródicas, como en las manifestaciones y concentraciones convocadas por el 15M, todos los elementos sociales, culturales y económicos que generalmente separan a los ciudadanos se diluyen, carecen de relevancia en la ejecución del juego, de la representación, del cántico común, provocando una situación propicia para el desarrollo de un espacio público robusto.

Referencias

- BAJTIN, M. (1987). La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais, Alianza Editorial, Madrid.
- HABERMAS, J. (2009). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- HESSEL, S. (2011). ¡Indignaos!, Editorial Destino, Barcelona.
- LE BRETON, D. (2002). Antropología del cuerpo y modernidad, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- MITCHELL, A. El carnavalismo en Rabelais y su mundo. Consultado en Internet (16.09.2011): www40.

brinkster.com/celtiberia/carnavalismo.html

SALCEDO HANSEN, R. (2002). El espacio público en el debate actual. Una reflexión crítica sobre el urbanismo post-moderno, en EURE. Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales, vol. 28, núm. 84, p. 5-19

SENNETT, R. (2011). El Declive del Hombre Público, Editorial Anagrama, Barcelona.

Páginas web

<http://www.democraciarealya.es/>

EL IMAGINARIO DEL SIDA: LA ACCIÓN COMO INSTRUMENTO DE CUESTIONAMIENTO EN EL ESPACIO PÚBLICO

Alfonso Baya Gallego

Investigador de la Universidad de Granada, componente del grupo de investigación HUM425.

Alfonso DelRío Almagro

Profesor titular de la Universidad de Granada y director del grupo de investigación HUM425.

Facultad "Alonso Cano" Bellas Artes. Universidad Granada. Edificio Aynadamar s/n Avda. Andalucía. Granada (ciudad) (País)

CP 18015 Tlf: + 34 958243819/ +34 958243817 Email: delrio@ugr.es , abaga@correo.ugr.es

Resumen

El objetivo principal de esta comunicación es evidenciar y reflexionar sobre el uso y ocupación del espacio público de la ciudad, como lugar de reivindicación de la pandemia SIDA, y como territorio de denuncia de una crisis originada por la construcción social de la enfermedad. Una producción generada a través de la Cultura Visual a lo largo de sus tres décadas de historia.

Unas representaciones, nada ingenuas, que no abarcan ni contienen las diversas causas, sectores y realidades de la enfermedad. En las cuales, no se hacen partícipe a la ciudadanía, generando un imaginario perverso y equívoco. Y sin embargo promueven unos estereotipos de portador/a de VIH y de enfermo/a de SIDA que conllevan a la exclusión y al rechazo de los grupos asociados a este imaginario y a un fracaso en las campañas de prevención, al no producirse una identificación con las imágenes propuestas.

Desde este contexto social, político y cultural, proponemos un análisis de las diversas propuestas de acción y ocupación del espacio urbano como estrategia de denuncia. Unas propuestas artísticas que pretenden cuestionar estas representaciones, y sus consecuencias, y generar otras posturas que incidan en una representación plural que desprenda otros imaginarios.

Para ello, desarrollaremos un análisis en profundidad de las acciones más incisivas contrastándolas a los imaginarios propuestos por la Cultura Visual.

Esta investigación se desarrolla dentro de la línea de trabajo: "Arte de acción: Cuerpo, enfermedad y ciudad", que desde parte del Grupo de investigación HUM.425 de la Universidad de Granada, venimos desarrollando.

Palabras clave

SIDA, ciudad, Arte, Activismo, Cultura Visual, Imaginarios, Enfermedad, Acción

Abstract

The principal reason of this communication is to demonstrate and to think about the use and occupation of the public space of the city, as place of recovery of the AIDS pandemic, and as territory of denunciation of a crisis originated by the social construction of the disease. A production generated across the Visual Culture along three AIDS decades of story.

A lot of representations, not ingenuous and not casual, that they neither include do not even contain the diverse reasons, sectors and realities of the disease. In which, they do not become a participant to the citizenship, generating a perversely and equivocal imaginary. And nevertheless they promote a few stereotypes about people living with HIV and of sick people with AIDS, that this suppose the exclusion and to the rejection of the groups associated with imaginary this one and with a failure in the campaigns of prevention,

so there is not identification with the proposed images on the campaigns.

In this social, political and cultural context, we propose an analysis of the diverse offers of actions and occupation for the urban space as strategy of protest. An artistic offers that try to restate these representations, and his consequences, and generate other positions or attitudes that affect in a plural representation that detaches other imaginary.

For it, we will develop an analysis in depth of the most incisive actions them contrasting to the imaginary ones proposed by the Visual Culture.

This research develops in the line of work: "Action art: Body, disease and city", that from part of the group of research HUM.425 of the University of Granada.

Key words

AIDS, city, Art, Activism, Visual Culture, Imaginary, disease, Action

Introducción

Desde el inicio del SIDA, multitud de ideologías han politizado la pandemia, alejándolas de una enfermedad real y biológica hacia una enfermedad mitificada. Interviniendo en los modos de percibirla a través de todo un imaginario que no se correspondía con la realidad de la enfermedad sino con la realidad de determinados portadores seleccionados según conveniencias políticas basadas en la exclusión de grupos marginados por la puritana sociedad estadounidense. Se ha hecho protagonista absoluto de la pandemia desde sus inicios al varón homosexual, se han invisibilizado a las mujeres y en concreto a las mujeres lesbianas y este imaginario es arrastrado hasta nuestros días creando realidades a través del discurso visual de masas que no atienden a particularidades ni a realidades concretas, siendo por lo tanto un imaginario estereotipado y reduccionista de todas las diversas realidades que abarca el SIDA.

Objetivos

- Analizar la producción politizada del imaginario del SIDA generada a través de la cultura visual a lo largo de sus tres décadas de historia.
- Comparar las imágenes generadas por diversas propuestas de acción y ocupación del espacio urbano, como estrategia de cuestionamiento de estas producciones visuales y con capacidad de generar otras posturas que incidan en una representación visual plural de la que se desprendan otros imaginarios.
- Reflexionar sobre el uso y ocupación del espacio público de la ciudad como lugar de denuncia de una crisis originada por la construcción social de la enfermedad.

Metodología

- Análisis de las imágenes que han producido el imaginario social del SIDA. Reflexión sobre sus posibles causas.
- Búsqueda de acciones artísticas desarrolladas en el espacio público en torno a la situación social del SIDA. Imágenes generadas en las acciones.
- Comparación de las imágenes generadas por la cultura visual y las producidas en propuestas artísticas. Reflexión y exposición de las conclusiones que se desprenden.

1. El imaginario del SIDA y la ciudad como cuestionamiento.

A lo largo de la presente comunicación vamos a exponer una revisión y reflexión sobre la construcción social del imaginario del SIDA y de cómo la acción artística en el espacio público ha supuesto tanto un cuestionamiento del mismo, generando otras representaciones visuales, como un posicionamiento crítico y activista de la ciudadanía ante los poderes hegemónicos.

Para comenzar, debemos plantearnos dos cuestiones primordiales:

¿Cuál es el imaginario del SIDA?

¿Por qué ha sido tan importante su cuestionamiento?

Cuando hablamos del imaginario del SIDA, nos referimos a las representaciones visuales que de él se han generado y que han construido y mediatizado el modo en el que percibimos, pensamos y vivimos dicho estado. Unas imágenes producidas bien institucionalmente (a partir de campañas de prevención), bien surgidas desde los medios de comunicación de masas (desde el cine, publicidad, artes visuales, etc.) que han ido creando en la sociedad un imaginario visual de la pandemia en la población, que en modo alguno ha quedado en el ámbito de lo abstracto, sino que recae directamente en la realidad cotidiana y en los cuerpos de quienes la portan, la viven o, simplemente, la alejan de sus realidades.

La pandemia del SIDA es una enfermedad que ha estado condicionada desde su descubrimiento por fuertes convicciones políticas, sociales y morales que han aportado una óptica que no se corresponde con la realidad pero que, sin embargo, han condicionado y mediatizado su experiencia, pues como todos sabemos, la enfermedad

tiene también una elaboración social. Es más, el origen de las convicciones que popularmente se tienen y se han tenido sobre el SIDA, parten y se fundamentan en este tipo de planteamientos de representación visual que, lejos de quedarse estancados en la primera oleada de pánico que trajo consigo la pandemia en la década de los ochenta, ha sobrevivido hasta nuestros días estableciendo perversos tópicos, falsos mitos y falacias como si de verdades absolutas, e irremediables, se trataran.

El imaginario al que nos referimos, generado a principio de los ochenta¹ se planteó y se construyó a partir de la asociación de la pandemia con la figura del varón homosexual, con un modo de vida alejado de las normas y del parámetro de una sociedad purita supuestamente sana. Esta yuxtaposición de enfermedad, portador y estilo de vida, fue consecuencia de que los primeros síntomas se encontraran en un grupo concreto de homosexuales masculinos. Pero a estas alturas nada nos parece casual y seríamos muy ingenuos si no planteáramos dos condicionantes, a tener en cuenta en esta asociación:

En primer lugar, la fuerte oleada puritana en contra del movimiento de liberación gay², la cual veía a los homosexuales y sus prácticas como algo aberrante y merecedor de un castigo. Esta premisa condicionará, desde el primer momento, la visión de la epidemia, influyendo incluso en el planteamiento médico de la misma: que llamó inicialmente a la pandemia “peste rosa”³. Habrá quienes creen que eso fue debido a que fue en varones homosexuales donde se dieron los primeros casos, pero de nuevo la ingenuidad nos traiciona, porque era precisamente ese prejuicio inicial el que establecía un criterio incorrecto a la hora de diagnosticar lo que hoy conocemos como SIDA.

La segunda razón por la que mantenemos que el SIDA estuvo fuertemente politizado son las estadísticas del SIDA, que en su etapa inicial están influidas por un estudio sesgado de la población: si alguien presentaba los mismos síntomas que hicieron famosa la enfermedad (Sarcoma de Kaposi, pérdida de peso, ganglios linfáticos inflamados, neumonía, etc.) simplemente se descartaba del hecho de padecerla si no era o presentaba inclinaciones y/o comportamientos homosexuales. Así se explican las estadísticas que muestran una amplia prevalencia sobre la población homosexual masculina: ya que si sólo a los homosexuales se les hacía las pruebas, sólo los homosexuales podrían ser diagnosticados.

Estos prejuicios contribuyeron a crear una visión sobre la enfermedad que encontraría rápidamente eco en los medios de comunicación sensacionalistas, que mostraban a diario imágenes de varones homosexuales padeciendo la enfermedad en hospitales, moribundos en camas, alejados de la vida y del espacio público, reclusos en el espacio de lo privado, herméticamente cerrado y silenciado, sin voz ni eco, sin a penas vida. O representados a través de sórdidas imágenes que localizan al varón homosexual en extraños clubs donde se práctica sexo con otros hombres. Sin a penas luz, sin ser vistos y a escondidas, alejados de cualquier representación en la vida y en los actos públicos. Unas imágenes completamente enjuiciadas que propiciaban y alentaban a la población asociar y relacionar visualmente el SIDA como la consecuencia de un determinado tipo de vida u opción sexual, que se aleja de la heteronormatividad. Visual y socialmente se castiga el no pertenecer a la heteronorma⁴, y este caso no es una excepción: Enfermo es aquel que no consigue una adaptación a las normas sociales.

A pesar de descubrir otros casos de VIH/SIDA en personas que no cumplían el reglamento de ser un varón homosexual, se continuó durante bastante tiempo, mientras se iba buscando una explicación de cómo la enfermedad contagiaba a personas que no eran varones homosexuales, acudiendo entonces al mito de las tres H: haitianos, heroinómanos, homosexuales. El estereotipo apuntaba y reforzaba al homosexual, al drogadicto o al extranjero,

como el portador de la enfermedad, como enemigo contra el que había que defenderse y cuya forma de vida y pensamiento era motivo de destierro. Y este imaginario, de una forma u otra, ha pervivido en las representaciones visuales de la enfermedad en nuestros días, estableciendo una absurda relación entre modos de vida y la enfermedad.

La consecuencia de este imaginario no es otra que la de crear una falta de responsabilidad a la hora de asumir la realidad del VIH/SIDA: los virus no entienden de estereotipos, de estilos de vida ni formas de pensamiento, de asociaciones mentales, ni morales. Y estos preceptos han estado presentes mayoritariamente a la hora de pensar y proponer las campañas de prevención, produciendo una no identificación por parte de la población, que, a sabiendas de la relación de la enfermedad con ciertos, mal llamados, grupos de riesgo, no se siente ni incluidos ni destinatarios de estos mensajes preventivos.

La consecuencia es clara, determinados sectores mayoritarios de la población no se han sentido susceptibles de contraer la enfermedad, el estereotipo ha puesto en el punto de mira a homosexuales varones, drogodependientes, trabajadores/as sexuales y la población que no respondía a éstos cánones se ha descuidado y desprecupado, permitiendo el aumento de nuevos casos y el consecuente fracaso de las campañas institucionales. No pensemos que esto es cosa del pasado: la mayoría de las campañas de prevención que el Ministerio de Sanidad genera va enfocada al colectivo homosexual y aterriza directamente en la figura del varón homosexual. Las noticias sobre estadísticas también van en este sentido.⁵ Recientemente en un estudio del Ministerio de Sanidad revelaba que aproximadamente el 10% de los portadores que no era consciente de su situación suponía una amenaza frente a nuevas infecciones por VIH: sin embargo la noticia la podemos leer al revés. Si el 10% de los nuevos casos de personas que desconocen su estado serológico son homosexuales significa que el otro 90% de las personas del estudio no eran homosexuales. Pero además, los casos entre homosexuales siguen también subiendo, evidenciando que incluso entre los grupos homosexuales existe una falta de identificación con los estereotipos propuestos.

Queda así expuesta la importancia del imaginario de la enfermedad, de las consecuencias que éste acarrea y de cómo se ha definido política, social y moralmente la imagen de la pandemia. En contraposición a todo ello, no podemos obviar, ni menospreciar, aquellas otras imágenes que, producidas desde la ocupación del ámbito público, han creado otra corriente de pensamiento de forma paralela a la institucional y han propiciado una representación activa, contestataria, enérgica y de resistencia que se contrapone a las generadas por el propio sistema.

El activismo artístico, o “artivismo”, se implicó en la causa no sólo de establecer y posicionarse arrojando imágenes diferentes, sino que hizo de las ciudades y de los espacios públicos unos lugares dónde gritar ante las injusticias, donde denunciar las irresponsabilidades estatales y expulsar la rabia desbordaba ante la desprecupación inicial⁶ de las autoridades gubernamentales. Y que ha supuesto un llamamiento imperante hacia la coherencia, hacia la injusticia y hacia la no exclusión social de quienes padecían la enfermedad. Estas manifestaciones y ocupaciones del espacio público, de nuestras ciudades, suponen un posicionamiento, que por un lado es un apelativo directo desde el espacio público hacia las responsabilidades de un gobierno y, por otro lado, lanzan un mensaje visual opuesto al que se planteaba desde la institución o desde los medios de masas.

En este punto consideramos oportuno hacer un recorrido por ese imaginario disidente, y cómo éste tiene un peso fundamental en pro de posicionarnos en contra de estereotipos que de nada han servido en miras a campañas de prevención y exclusión social:

En los ochenta, en contra de las representaciones del varón homosexual nos encontramos con grupos activistas como ACT UP, GRAND FURY o SILENCE = DEATH. En líneas generales estas manifestaciones surgen ante la injusticia estatal y social para con los afectados. Estados Unidos es el campo de una batalla entre los que se sienten excluidos y los que tienen miedo a la enfermedad (no quedó del todo claro los medios de transmisión de la enfermedad al principio de ésta). Frente a esto nos encontramos con proyectos como: “Let the record show” de Silence = Death (1987). En este trabajo se establecía la semejanza entre la discriminación y tratamiento injusto por parte de las autoridades hacia los enfermos y portadores de VIH/SIDA con los juicios de Nuremberg. En la pieza, desarrollada en el MOMA de Nueva York (emblema artístico de la ciudad y del país) proyectada hacia fuera, hacia la calle, se muestra una imagen de estos juicios bajo un gran triángulo rosa invertido (el mismo triángulo, pero inverso, con el que eran designados los prisioneros homosexuales de la II guerra mundial) y con el letrero luminoso que recordaba que “Silencio es igual a muerte”. Es decir, frente a esas imágenes del enfermo moribundo, sin a penas voz, desterrado a la habitación de un hospital, el activismo artístico proyecta en la calle, a modo de grito y de sentencia, la realidad de muchos de las víctimas de la pandemia.

Otra de las modalidades de las acciones que llevaron a cabo los miembros de ACT UP que tuvo mucha repercusión en los medios y generó otras formas visuales, y en consecuencia generó otras posturas en la opinión pública, fueron los conocidos como “funerales políticos”. Una serie de miembros de ACT UP, que veían que estaban muriéndose a consecuencia del Sida, consideraron que debía sacarse el ritual de los funerales del ámbito privado y convertirlo en un acto político más, con la intención de demostrar que los fallecimientos y los funerales eran la consecuencia de la falta de respuesta a otras reclamaciones y acciones previas. El artista D. Wojnarowicz dijo desear que los potentes sentimientos de ira y dolor que surgían en los funerales tuvieran repercusión política, para evitar que en el futuro los supervivientes se convirtieran en expertos en llevar el duelo privado y en silencio, en pulir discursos y en perfeccionar ritos funerarios, olvidándose de lo que él consideraba más humano, que era gritar en la calle⁷.

Durante la segunda década de la historia de la enfermedad, la década de los noventa, vemos como el SIDA y sus conceptualizaciones, sus prejuicios y sus altas tasas de mortalidad, ya no son algo que se origine dentro de la vorágine estadounidense. El imaginario se ha extendido, se ha contagiado y todos los países exportan el mismo modelo de prejuicios, considerando el SIDA como una cuestión que viene desde fuera de sus fronteras y contra el que hay que defenderse, muy asociado a los homosexuales, la prostitución y la drogadicción. En estos años, el SIDA es un problema conocido, se saben sus causas y sus vías de transmisión (vertical, sexual y parenteral), se ha dejado aun lado los llamados grupos de riesgo, con las consecuencias de exclusión que ello suponían, etc. pero la situación de los portadores y de los enfermos, el acceso a los fármacos, el grado de implicación gubernamental, así como el empecinamiento en asociar la enfermedad a determinados estereotipos visuales, no parece cambiar.

Frente a esta realidad global, las acciones en la ciudad se convertirán en unos de los medios más eficaces de contraponer otras realidades al régimen visual hegemónico. Intentado minar dichas imágenes e interferir los medios con otras voces, que reivindicaban la dignidad de quienes padecen SIDA, de los portadores de VIH, la comprensión social e intervención institucional para luchar contra la pandemia. Aunque los lenguajes de estas acciones se van tornando más metafóricos, la necesidad de generar un debate en torno a este problema y a su construcción desde el ámbito de lo público, hace que se sigan desarrollando nuevos planteamientos a través de formas y lenguajes más íntimos y reconciliadores para los enfermos.

En este sentido, cabe destacar dos autores que dentro del circuito artístico siguen suponiendo una oleada de reivindicación poética, que se desborda más allá de las puertas de los museos. Son piezas para la calle, para hacer participe al ciudadano de la realidad de quienes conviven con el VIH/SIDA y para recordar que es un problema de todos.

- Nos referimos en primer término a la pieza “Carrying” de Pepe Espaliú (1992). Una acción en la que el autor, descalzo, iba siendo portado y suspendido por parejas de ciudadanos a modo del juego infantil la sillita. Los ciudadanos eran quienes protegían al autor al ir descalzo por el duro suelo de la ciudad, en una metáfora hacia los cuidadores de los enfermos de SIDA. Al finalizar, Espaliú abría con los pies descalzos las puertas del espacio museístico. “Carrying”, sostener, transportar o aguantar lo insoportable entre todos.
- En segundo lugar cabe destacar, la labor imparable de GRAND FURY, que en contra de las representaciones del varón homosexual reivindicó también la figura de la mujer, mejor dicho: su invisibilidad hasta el momento. Se hablaba de homosexuales, de preservativos, pero de las mujeres, en concreto la figura de la ciudadana blanca de clase media, quedaba totalmente lejos de ser reconocida como una figura vulnerable ante el SIDA. Con la elaboración de la cartelería “WOMEN DON’T GET AIDS...THEY JUST DIE FROM IT” (1991) reivindican que el SIDA no entiende de discriminación, al contrario que las autoridades, recordando que la figura de la mujer también debe ser protegida y aconsejada desde las campañas, no puede quedar como un mero elemento pasivo frente a la pandemia. En sus carteles, en la calle, en la ciudad, apelan desde una imagen que tras su claro mensaje del título, deja entrever a tres mujeres, sin desvelar su identidad, ya que la imagen las recoge a partir de sus amplias sonrisas, participando en un certamen de belleza, tan populares e iconos tan reconocibles de la cultura visual estadounidense.

Por último, en este somero recorrido visual, nos aproximamos a la década que hemos abandonado recientemente. Desde la pasada década se ha hecho hincapié en dos tipos de imágenes:

- Las primeras son las generadas por la ya tradicional imagen/icono del gran lazo rojo con el que las instituciones revisten sus fachadas para conmemorar, como si de caídos en guerra se tratase, a las víctimas del SIDA cada primero de Diciembre. Estas representaciones vienen acompañada de un mensaje de solidaridad y fuerza para quienes en la actualidad son portadores o conviven con la enfermedad. Sin embargo, esto no se traduce en campañas de prevención alejadas de estereotipos, ni en medidas eficientes. Estas concentraciones, de nuevo en la ciudad, suponen una efeméride, un recordatorio que puede hacernos caer en la idea errónea de que el SIDA es una cosa del pasado. Así está pasando a tenor de los fracasos de las campañas de prevención, ya que las cifras de nuevos casos siguen creciendo. Queremos plantearnos la utilidad de estas celebraciones en nuestro estado, en el que la Comunidad de Madrid fue denunciada⁸ por diversas asociaciones antiSIDA por no pagar las ayudas que les fueron concedidas, haciendo que éstas se endeudasen en 2008. U otro ejemplo dentro de los muchos: la denuncia de CEISIDA hacia el Ministerio del Interior por discriminación de los portadores, ya que en su día, ante una pregunta del parlamentario Gaspar Llamazares, desde el Ministerio del Interior se dijo: “...es razonable que deba mantenerse la causa de exclusión para acceso al Cuerpo Nacional de Policía de los aspirantes que viven con VIH...”. Como podemos comprender, de nada sirve el lazo institucional si no se toman medidas reales.
- Las segundas provenientes de múltiples campañas que ilustran noticias en diarios y periódicos localizando la cara más mortífera del SIDA en África. Este hecho ilustra sin duda una realidad externa, en África, que

junto a las hambrunas, la pobreza, la situación política y social y la falta de ayuda internacional, el SIDA se convierte en un enemigo mortal y rápido, acentuado aún más, si cabe, por la falta de medios profilácticos. Sin embargo que desde nuestras fronteras se atienda en demasía a éstas imágenes, obviando nuestras propias realidades, hace que los espectadores localicen el problema del SIDA en África, fuera y no dentro de nuestras fronteras, lo que se traduce en pensar que la enfermedad en los países denominados del primer mundo, es algo secundario cuya importancia ha sido edulcorada por los tratamientos retrovirales. Si a éste pensamiento le sumamos el resultante de las imágenes institucionales del lazo rojo, nos encontramos con representaciones visuales que han tendido a reflejar que el SIDA se trata de un problema lejano y pasado.

A modo de conclusión, quisiéramos evidenciar que desde el activismo existe un posicionamiento claro frente al olvido. Frente al pacto institucional en las campañas de prevención, que no tienen el suficiente impacto social y no consiguen que la población se sienta identificada, las imágenes generadas por las propuestas de acción nos sitúan a los interesados en primera persona y con voz propia; frente a los estereotipos sectarios y relacionados con el pasado, las propuestas activistas presentan una diversidad en las formas de pensamiento y en los modos de comportamiento, evidenciando las formas de vida más allá de la heteronormatividad hegemónica y naturalizada; frente al silencio el grito, frente al destierro de lo privado la ocupación pública, pues aunque la enfermedad la vive el enfermo en lo privado, su sentido lo construimos socialmente entre todos.

El sida ha modificado nuestra percepción de la salud, del sexo, de las relaciones humanas, de nuestra corporeidad y, en definitiva, de nuestras vidas. Pero la fuerza de las propuestas activistas, que han surgido para dar respuesta a la pandemia, es uno de los aspectos más importantes que habrá que conservar en la memoria, pues este posicionamiento ha sido uno de los aspectos más significativos de la historia de la crisis del sida, ya que planteó que la crisis sanitaria era en realidad una crisis política, con su consecuente régimen de representación visual, que por cierto, aún no ha concluido¹⁰.

La acción como posicionamiento en y desde lo público, para generar una reflexión en torno a éstas cuestiones necesarias, para reivindicar una vez más otras representaciones frente a imágenes que se han elaborado desde el prejuicio, para elaborar campañas de prevención consecuentes con la población, para dejar de aludir como tópico a la figura del varón homosexual cuando hablamos de SIDA e intentar implicar a una población mayoritaria que se sigue contagiando mientras se celebra el 1 de Diciembre de forma institucional en Ministerios, Ayuntamientos y Diputaciones.

Para finalizar, apelamos a la imagen nuevamente, poniendo en contraposición dos imágenes que resumen perfectamente el papel y la utilidad de la acción frente a la representación visual impuesta. Queda en ellas resumidas nuestras miradas, que han visto en estas representaciones uno de los movimientos artísticos, culturales y sociales más importantes de los últimos 30 años: la acción en la ciudad como elemento público y comunitario para apelar a las injusticias, de diversa índole, que acontecen y rodean nuestra vidas en torno a la problemática surgida en los imaginarios referidos al SIDA.

Conclusiones

La pandemia del SIDA ha estado condicionada desde su descubrimiento por fuertes convicciones políticas, sociales y morales que han aportado una óptica que ha condicionado su experiencia y su representación visual, generando un imaginario en torno al sida completamente politizado. Las convicciones que popularmente se han tenido sobre el SIDA, parten y se fundamentan en este régimen de representación visual fundamentado en tópicos perversos, falsos mitos y falacias como si de verdades absolutas se trataran. Este imaginario ha pervivido en las representaciones visuales de la enfermedad en nuestros días, estableciendo una absurda relación entre modos de vida y la enfermedad. A su vez, las campañas de prevención han generado una no identificación por parte de la población, que, a sabiendas de la relación de la enfermedad con ciertos, mal llamados, grupos de riesgo, no se siente ni incluidos, ni representados, ni destinatarios de estos mensajes preventivos. Todo ello, conviviendo en la última década, con otra nueva lectura de la enfermedad que nos la muestra formando parte del pasado o ubicada en lugares lejanos.

La acción artística en el espacio público ha supuesto tanto un cuestionamiento del mismo, generando otras representaciones visuales, como un posicionamiento crítico y activista de la ciudadanía ante la respuesta de los poderes hegemónicos en esta crisis. Esto ha supuesto producir un mensaje visual opuesto al que se planteaba desde la institución o desde los medios de masas. Desde el activismo existe un posicionamiento claro, frente al pacto institucional en las campañas de prevención, que no consiguen que la población se sienta identificada, proponen las imágenes generadas por las propuestas de acción que nos sitúan a los interesados en primera persona y con voz propia; frente a los estereotipos sectarios y relacionados con el pasado, las propuestas artivistas presentan una diversidad en las formas de pensamiento y en los modos de comportamiento, evidenciando las formas de vida más allá de la heteronormatividad hegemónica y naturalizada; frente al silencio el grito, frente al destierro de lo privado la ocupación pública, pues aunque la enfermedad la vive el enfermo en lo privado, su sentido lo construimos socialmente entre todos.

El sida ha modificado nuestra percepción de la salud, del sexo, de las relaciones humanas, de nuestra corporeidad y, en definitiva, de nuestras vidas. Pero la fuerza de las propuestas activistas, que han surgido para dar respuesta a la pandemia, es uno de los aspectos más importantes que habrá que conservar en la memoria, pues este posicionamiento ha sido uno de los aspectos más significativos de la historia de la crisis del sida, ya que planteó que la crisis sanitaria era en realidad una crisis política, con su consecuente régimen de representación visual, que por cierto, aún no ha concluido.

Referencias

1 La aparición del Síndrome de Inmunodeficiencia adquirida: SIDA; término que acuñó el Center for Disease Control and Prevention de EE.UU, país en el que se dieron los primeros casos a principios de Junio de 1981. Desde entonces ha supuesto un punto de inflexión en el mundo moderno. El SIDA hace referencia a un estado clínico concreto que es causado por la infección del VIH (virus de inmunodeficiencia humana). Hay diferencias

entre ser portador del VIH y tener el cuadro clínico denominado SIDA: una persona infectada por VIH es seropositiva y desarrollaría SIDA si su nivel de linfocitos T CD4 descendiera por debajo de 200 células por milímetro en sangre. Existe tratamiento específico para los seropositivos; este tratamiento médico aunque no erradique el virus del cuerpo humano impide que los linfocitos T CD4, desciendan en mayor o menor medida; de esta manera se puede impedir o retrasar que los portadores de VIH padezcan SIDA. El VIH se transmite a través de la entrada al torrente sanguíneo de algunos fluidos corporales como: sangre, semen, líquido preseminal, flujo vaginal o leche materna. El virus es capaz de infectar las células T CD4, que son las responsables de coordinar una respuesta inmune ante las infecciones; si disminuye la cantidad de estos leucocitos en una persona ésta se vuelve susceptible de sufrir enfermedades que una persona con mayor número de T CD4 podría rechazar; a estas enfermedades se las llama oportunistas y pueden ser causa de muerte de los pacientes que desarrollan SIDA.

2 La madrugada del 28 de junio de 1969, se produjeron los disturbios de Stonewall en el distrito neoyorquino de Greenwich Village. Este hecho fue la primera reacción por parte de los grupos de lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, etc. (LGBT) frente a un sistema homófobo que contaba con el beneplácito del gobierno. Este hecho fue el catalizador del movimiento LGBT que sentó precedentes en el resto del mundo. Ver en este sentido: Carter, David. Stonewall: The riots that sparked the gay revolution. New York. St. Martins Press. 2004

3 El nombre peste rosa viene antecedido por toda la reputación de destrucción de las grandes oleadas de peste en Europa. El matiz “rosa” se aplica porque de entre las pestes más destructivas estaba la peste negra; durante el exterminio nazi, a los homosexuales se les confinaba en campos de concentración bajo el triángulo rosa como emblema que los identificaba de entre todos los presos, al igual que a los judíos se les asignaba como elemento identificativo una estrella de seis puntas amarilla. De esta forma se relacionan dos conceptos distintos que tienen en común la muerte de grandes números de personas y se crea el término peste rosa que como vemos, resulta excluyente y reduccionista e incierto. El término peste rosa aplicado al SIDA y la explicación de este nombre la encontramos en el artículo: Clavero, G. Los canales de comunicación en el caso del SIDA” Rev. Jano. no XLI extra. 1991. Pág 46.

4 Ver en este sentido: Butler, J. El género en disputa. El eje del mal es heterosexual, figuraciones, movimientos y prácticas feministas queer. Madrid: Traficantes de sueños. 2005.

5 Reciente noticia que divulgó el Ministerio de Sanidad y que trascendió a todos los medios nacionales. El diario nacional El País tituló en un artículo el 9 de diciembre de 2009: del 10% de los gays españoles tiene el VIH. Fuente del diario El País, versión online: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/gays/espanoles/tiene/VIH/elpepusoc/20091209elpepusoc_7/Tes (fuente consultada el 12 de diciembre de 2009. 14.54 hrs)

6 Georges W. Bush tardó 4 años en pronunciar públicamente la palabra SIDA, cuando ya había más de 25.000 muertes por la enfermedad sólo en EE.UU. Este hecho fue denunciado por multitud de grupos activistas, entre ellos Grand Fury realizó numerosas campañas y pegadas de carteles culpando directamente al gobierno de esta situación.

7 Larrazabal, Ibon, El paciente ocasional. Una historia social del Sida. Barcelona: Península, 2011, pág. 118.

8 CESIDA (Coordinadora Estatal de VIH-SIDA) realizó un comunicado público en el que rezaba como encabezado: “Sanidad comunica a las asociaciones que anula los 266.000 euros que todavía no había pagado en 2009 y que tampoco habrá subvenciones para este año”. En el comunicado se explica los motivos por el cual se denunciará a

la Comunidad de Madrid por la falta de pagos ya aprobados en 2009 y por la repentina decisión de no continuar con las subvenciones en 2010 para las asociaciones de prevención de VIH/SIDA. Fuente de la noticia portal web de CESIDA. Fuente completa: http://www.cesida.org/index.php?option=com_content&task=view&id=619 (Consultada el 29 de Enero de 2011, 10:35 hrs)

9 Al igual que en el caso anterior hacia la Comunidad de Madrid, CESIDA, nuevamente denunció públicamente en un comunicado lo injusto y discriminatorio de éstas declaraciones por parte del Ministerio del Interior hacia las personas seropositivas. Interior contestó a una cuestión en el parlamento realizada por Gaspar Llamazares, de IU, afirmando que es “razonable que deba mantenerse la causa de exclusión para acceso al Cuerpo Nacional de Policía de los aspirantes que viven con VIH”. Fuente de la noticia: http://www.cesida.org/index.php?option=com_content&task=view&id=579 (Fuente consultada el 20 de Junio de 2011. 20:30 hrs)

10 Ver al respecto: Larrazabal, Ibon, El paciente ocasional. Una historia social del Sida. Barcelona: Península, 2011

LA UNIVERSIDAD COMO ELEMENTO REHABILITADOR DE LA CONVIVENCIA CIUDADANA. EL CASO DE LA FACULTAD DE BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

José Luis Garralón Velasco

Profesor Colaborador del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Facultad de Biblioteconomía y Documentación. Universidad de Extremadura. Plazuela de Ibn Marwan, s/n 06001 BADAJOZ.

Tf. 924 289300 (ext. 86444). jlgarvel@unex.es

Resumen

En 1990 se toma la difícil decisión de rehabilitar y acondicionar el Casco Histórico de Badajoz. Una zona perimetral en torno a la Plaza Alta y la Alcazaba árabe con serios problemas de convivencia, de adaptación ciudadana, de desestructuración familiar y social, visiblemente degradada, y por donde pasear se convertía poco menos que en una aventura de dudoso desenlace.

Entre las medidas adoptadas, se decide el traslado de un buen número de jóvenes universitarios al Casco Antiguo, justo en el centro de la zona conflictiva. La

creación de un centro universitario que obligue a la convivencia diaria y a la “reconquista” del territorio más antiguo e interesante de la ciudad.

En 2001 la Facultad de Biblioteconomía y Documentación se traslada al antiguo Hospital Militar, rehabilitado al efecto. Esta actuación ha conseguido exactamente el efecto deseado y hoy, la Alcazaba de Badajoz es un recinto de convivencia, de comunicación y de ocio para niños y adultos.

Palabras clave

Rehabilitación, casco histórico, facultad, universidad, hospital, comunicación, convivencia, urbanismo.

Abstract

In 1990 it was taken the difficult decision of restoring and arranging the old quarter of Badajoz. A perimeter area around the “Plaza Alta” and the “Alcazaba” (the Arab castle) with serious coexistence’s problems, of civic adaptation, family and social dysfunctional, visibly degraded, where to go for a walk became almost an unpredictable adventure.

Among the adopted measures it was decided the transfer of a considerable amount of university students to the old part of the city, just in the middle of the troubled area. The creation of an university centre that force to daily coexistence and to the “reconquest” of the oldest and most interesting place of the city.

In 2001 the faculty of Librarianship and Documentation was moved to the old military hospital, rehabilitated to this end. This action has achieved exactly the expected effect and nowadays the “Alcazaba” of Badajoz is an area of coexistence, communication and leisure for children and adults.

Key words

Rehabilitation, historic town, faculty, university, hospital, communication, coexistence, town planning.

Introducción

La presente comunicación hace un recorrido histórico del proceso de rehabilitación de un edificio singular de Badajoz y su adecuación como centro universitario. Se presenta como un proceso de rehabilitación e integración del llamado “Casco Antiguo” de Badajoz, una de las zonas más degradadas de una ciudad de tamaño medio. El éxito alcanzado, parece animar a ser utilizado como modelo para la rehabilitación y recuperación de zonas en otras ciudades de tamaño pequeño o medio.

Objetivos

1. Profundizar en la importancia del urbanismo como elemento integrador.
2. Analizar el proceso de convivencia y modernización de la zona más degradada de la ciudad.
3. Estudiar una aproximación histórica al desarrollo de una zona concreta de la ciudad de Badajoz.
4. Establecer las conexiones entre la Universidad y la ciudad que la acoge.
5. Comparar los resultados obtenidos con los previamente deseados.
6. Describir y mostrar uno de los entornos más interesantes de la ciudad de Badajoz.

Metodología

Para el desarrollo de esta comunicación me he basado en el estudio de la hemerografía de la época, dado que, por su proximidad en el tiempo no hay apenas documentación bibliográfica. Ésta se ha ceñido a los refuerzos necesarios para encuadrar históricamente la situación de Badajoz y su Centro Histórico, su nacimiento, desarrollo y posterior deterioro. Así, la bibliografía consultada ha sido, fundamentalmente, de contenidos históricos. También he consultado parte de la profusa webgrafía que existe en torno al tema. Pero habida cuenta que lo desarrollado en la presente comunicación ha sido vivido por el autor, he tomado como referencia mis propios recuerdos y conocimientos, así como entrevistas con personas que, directa o indirectamente, han estado presentes en todo el proceso aquí estudiado.

1. Contexto histórico

El Cerro de la Muela es la zona más alta de Badajoz. También es la más antigua como espacio urbano. En dicho paraje, en 875 Abd-al-Ramman Ibn Marwan “El Yilliqui” (el Gallego), un renegado de las tropas del Emir de Córdoba, funda la ciudad de Batalyaws, Batalyos o Bataliús, fortificándola con un primer cinturón defensivo hecho en adobe y piedra. Más adelante, ya en el siglo XII los almohades la reforman otorgándole la forma, altura y poderío que se puede observar hoy en día. Un recinto de más de 80.000 metros cuadrados, a 45 metros sobre el nivel del Río Guadiana que fluye a pocos metros de sus murallas, y que se presenta como la alcazaba árabe más grande del país. Sin embargo, y a pesar de que ya en 1931 fue declarada Monumento Histórico-Artístico, a lo largo de los años sufrió un serio abandono, lo que trajo un deterioro espectacular junto a una degradación de la zona perfectamente observable. (<http://www.amigosdebadajoz.es>)

La ciudad fue desarrollándose a partir de este primer foco, conformando un Casco urbano en forma de semicírculo o anfiteatro, extendiéndose poco a poco hacia el oeste y hacia el sur. Esta Casco Antiguo es el que ha reflejado la cara más bella, pero al mismo tiempo la más amarga de la ciudad. Su inmenso valor estético y monumental comenzó una imparable degradación allá por los años 50, con un progresivo despoblamiento y la emigración hacia nuevas barriadas y ensanches. En 1940, la población del Casco Histórico era de 33.000 habitantes. En 1991, apenas llegaba a 13.000 habitantes (Baigorri, 1997). Y sus edificios, muchos de ellos, en estado cuasi ruinoso, mezclados con infraviviendas autoconstruidas sin ninguna garantía de salubridad o de seguridad. Inhabitables... y, por desgracia, habitadas. Prácticamente un guetto ocupado por las clases más marginales, pequeños delincuentes o traficantes de droga, familias desestructuradas y la mayoría de la etnia gitana de Badajoz.

El centro histórico se apoya en dos espacios muy concretos: la Alcazaba y la Plaza Alta. De la primera ya he dado algún apunte. En cuanto a la Plaza Alta, comunicada con la Alcazaba a través de la Puerta del Capitel, se trata de un espacio rectangular conformado en la Edad Media como zoco árabe y que continuó con su carácter comercial hasta que en el siglo XVII el obispo Juan de Rodezno ordena su rehabilitación. Durante siglos resultó el centro de la vida comercial, administrativa y social de Badajoz. Sin embargo, a pesar de la fuerza visual y arquitectónica que tiene la plaza, a partir de los años 20 del siglo pasado comienza una seria degradación que va en aumento con el paso de los años, convirtiéndose –como ya he apuntado anteriormente- en el foco de una población desestructurada, que se refugia en estas infraviviendas. Cuando llegué a Badajoz, en el año 1982 era difícil pasear por la plaza. Sus mismos habitantes te impedían atravesarla.

Así las cosas, al comienzo de la década de los 90 se empieza a estudiar la posibilidad de una rehabilitación integral del entorno, rehabilitación que pasa, inexorablemente, por la recuperación del espacio para la totalidad de la población badajocense. Es, quizá, la parte más bella y potente de Badajoz... y hay que recuperarla.

Se vacían las infraviviendas de la plaza, realojando a la población en otras zonas de Badajoz. Y, al mismo tiempo, se buscan soluciones para la repoblación del entorno. Y se centra en cuatro entornos básicos: el Hospital Militar, los jardines de la Alcazaba, la Plaza Alta y el antiguo Convento de los jesuitas que se reconvierte en residencia de estudiantes. Al mismo tiempo, se construyen apartamentos para la población universitaria, se trasladan a la zona las dependencias de la Policía Local y se instala en la Plaza una comisaría de la Policía Nacional.

2. El Hospital Militar

En el siglo XIX se alza, en el interior de la Alcazaba árabe, un hospital para uso militar. Tomando como base antiguas construcciones sanitarias, en 1864 se inaugura el Hospital Militar que mantiene su actividad hasta, prácticamente 1990, fecha en la que se abandona y se le deja deteriorarse (Villalón, 1990). Se diría que el hospital se funde con el triste paisaje urbano de la zona.

En 1995, la Junta de Extremadura y la Universidad se fijan en el edificio como posible sede de un centro universitario. En concreto, la Facultad de Biblioteconomía y Documentación. Su decano entonces, Carlos Castro, es el primero en sugerir su traslado, que por entonces ocupaba las precarias instalaciones de la Residencia Hernán Cortés, propiedad de la Diputación de Badajoz. El presidente de la Junta en aquel momento, Juan Carlos Rodríguez Ibarra, se entusiasma con la idea y, en 1996, comienzan los estudios de viabilidad. Junto a los proyectos de expropiación y rehabilitación de la Plaza Alta y su entorno más cercano, se piensa en la recuperación del singular edificio.

El objetivo del proyecto no es otro que el de asaltar y conquistar el centro de Badajoz. Conquistarlo y devolverlo a todos los ciudadanos, conseguir que vuelvan a sentirlo como propio y no como territorio comanche en el que el paseo se hace imposible. Y para ello, se piensa, nada mejor que trasladar unos cientos de universitarios que acudan todos los días al recinto amurallado. En definitiva, es colocar en la Alcazaba y su entorno más inmediato una invasión permanente de gente joven tal y como se hace constar en el diario HOY de la época:

“Que los universitarios tomaran de lunes a viernes una fortificación almohade abandonada a su suerte era un reto y una oportunidad para el monumento máspreciado de un casco antiguo que iniciaba lentamente su recuperación. Como la Escuela de Ingenieros Técnicos Agrónomos, sería la segunda vez que la universidad salía del campus pacense, aunque nunca antes con una intencionalidad tan clara”. (Diario HOY, 22 de noviembre de 2009)

El 25 de junio de 1997, el Ayuntamiento de Badajoz acuerda por unanimidad ceder el edificio a la Junta de Extremadura para la ubicación en él de la referida Facultad de Biblioteconomía y Documentación y la Biblioteca General de Extremadura. Inmediatamente, comienzan las obras que duran tres años y que no están exentas de polémicas. Como podría ser fácil deducir —y, de hecho, se preveía—, en el movimiento de tierras obligado para la rehabilitación aparecen serios restos arqueológicos que obligan a la paralización de las obras para su descubrimiento, estudio y catalogación. Recordemos que el hospital se encuentra en el mismo centro histórico, allí donde se funda y se empieza a desarrollar la ciudad.

El 27 de octubre de 1998, el periódico HOY de Extremadura publica unas declaraciones del prestigioso arqueólogo Fernando Valdés, director de las excavaciones que se vienen desarrollando en paralelo a la rehabilitación del edificio, que dan cuenta, precisamente, de la vocación revitalizadora que tienen las obras:

“Para Valdés, la excavación y puesta en valor de la Alcazaba es la clave de la recuperación futura del casco antiguo de Badajoz en el que se sitúa. «Si se consigue que la Alcazaba funcione, el barrio alto está salvado -dice. Si no es así, el barrio alto está irremisiblemente perdido». Según el arqueólogo, la única solución para reactivar el casco antiguo era instalar un equipamiento cultural como el elegido, una facultad y también la biblioteca, que garanticen un flujo continuo de personas durante todo el día. «Badajoz vive de espaldas al barrio alto

porque así la han acostumbrado. Quien tenía dinero nunca ha invertido aquí y la ciudad se ha ido yendo en la dirección que marcaba la economía y no en la que marcaba la cultura» (Diario HOY, 27 de octubre de 1998).

No obstante, las obras de recuperación se basan en el acondicionamiento del espacio para un centro universitario que acoja la Diplomatura de Biblioteconomía y la Licenciatura de Documentación. Pero un año más tarde, se añade la Licenciatura en Comunicación Audiovisual. Desde un punto de vista práctico, el edificio se queda pequeño antes de su inauguración pues no hay espacios diseñados para las necesidades de la titulación. Pero desde el punto de vista político y sociológico, refuerza el objetivo para el que ha sido diseñado.

No exenta de polémicas, las obras concluyen a comienzos de 2001 y pocos meses más tarde se realiza el traslado de los enseres de la Facultad que hasta ese momento ocupó un espacio provisional cedido por la Diputación Provincial de Badajoz. En septiembre de ese año, casi 900 alumnos, un centenar de profesores y más de dos decenas de profesionales de administración y servicios invaden el Casco Antiguo, el Centro del Badajoz más degradado, cambiando radicalmente el paisaje urbano de la zona. Es el colofón a un colosal plan de recuperación de la historia urbanística de la ciudad.

3. La polémica judicial en torno a las obras de rehabilitación

El proyecto ha sufrido en los últimos años un serio peligro. La Asociación conservacionista “Amigos de Badajoz” interpuso una querrela contra la rehabilitación del conjunto, aludiendo que el proyecto vulneraba la Normativa vigente, el Plan General Urbano vigente en el momento de la ejecución de las obras y la ilegalidad de la Licencia de Obras correspondiente. También, en su querrela, la asociación conservacionista alude que con esta obra se vulnera la Ley de Patrimonio Histórico. En todo este proceso que viene durando desde 2000, subyace una concepción estética del entorno y una reflexión sobre lo que es bello y pertinente en un entorno protegido por su valor histórico. “El detalle arquitectónico que provocó la reivindicación de Amigos de Badajoz hacia el proyecto se refiere a la altura, volumetría y estilo de una parte del edificio que alberga la Facultad, parte de la cual está integrada en el antiguo hospital” (HOY, 2008). Es lo que se ha venido en llamar El Cubo y que prácticamente se ha convertido en una imagen de marca por parte de la Asociación “Amigos de Badajoz”. Hay que apuntar que esta misma Asociación, con los mismos cuadros directivos, dio el visto bueno al proyecto definitivo en fecha 3 de junio de 1998 en la Comisión Provincial de Bienes Inmuebles a la que pertenecía. No obstante, no es sino hasta 2000 cuando inician la querrela.

El 24 de febrero de 2003, dos años después de terminadas las obras, con la Facultad de Biblioteconomía y Documentación y la Biblioteca Regional de Extremadura a pleno rendimiento, el Tribunal Superior de Justicia de Extremadura anula la licencia de obras por no estar ajustada al ordenamiento jurídico.

“La sentencia de 23 de febrero de 2003 dice así: “se condena a la corporación local mencionada a la restauración de los Bienes del Patrimonio Histórico a la situación existente con anterioridad a las obras autorizadas con la licencia impugnada, conforme a lo razonado en el fundamento sexto de esta sentencia”. El final del fundamento sexto de dicha sentencia de 2003 dice textualmente que la situación anterior equivale a “la reposición a su estado primitivo de las obras realizadas en el hospital Militar referidas a las edificaciones anexas a la capilla en sus dos laterales y la crujía del ala este, las fachadas del patio sur, así como la

cubierta del edificio”, lo que técnicamente es mucho más que la torre de profesores, y que incluye a uno de los espacios públicos más bellos de Badajoz: la biblioteca de la facultad, que muy bien conocen miles de pacenses que han sido usuarios de la misma durante los últimos ocho años”. (Lorenzo, P. L., Muñoz, A., Zapico, F. 2009. Badajoz. La Crónica de Badajoz).

Al mismo tiempo, la sentencia dice textualmente:

“En contra de lo que se aduce en la demanda, ningún reproche cabe hacer a la actuación constructiva desde el punto de vista de protección del Patrimonio Histórico pues, habida cuenta que esa faceta no cabe desvincular de la ordenación urbanística, es indudable que existe el informe favorable que exige el artículo 20.3 de la Ley 16/1985, de 25 de julio, del Patrimonio Histórico Español”. (Sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura, de 23 de febrero de 2003).

Inmediatamente saltan todas las alarmas. La sentencia, de ejecutarse, obliga a destruir lo construido y a retornar al estado de abandono el lugar, además del coste de la demolición, calculado entonces en ocho millones de euros. Y, lo que es peor, el entorno podría volver al estado de abandono y marginalidad que, poco a poco, había dejado atrás.

La sentencia de 2003 basa la ilegalidad de las obras en la vulneración del, por entonces, Plan General de Ordenación Urbana, que prohibía actuaciones dentro del Centro Histórico como la planteada. Pero en noviembre de 2007 el Ayuntamiento aprueba un nuevo Plan General Municipal, así como un Plan Especial de Protección del casco antiguo de Badajoz, que permiten realizar las obras que autorizaba la licencia anulada por la sentencia que se trata de ejecutar. En definitiva: a partir de esa fecha se pueden ejecutar las obras que antes prohibía. Por esta razón, en abril de 2008, el Tribunal Superior de Justicia, dicta un auto en el que estima “inejecutable” su propia sentencia del 2003, pues, como se ha dicho, la entrada en vigor del nuevo Plan Especial de Protección del Casco Antiguo “habilitaría la posibilidad de ejecutar las obras (...) por lo que sería admisible que tras la ejecución de la sentencia pudiese nuevamente reconstruirse lo destruido en pro de una normativa -planeamiento- modificada”. El auto añade que “esa legalidad a que se ha hecho referencia llevaría, en puridad de principios, a la demolición de la obra ejecutada para, como se dijo, poder inmediatamente ejecutar nuevamente la misma obra; proceso que resulta contrario a toda lógica cuando no existía beneficio para nadie -la obra se ejecutaría- y si mucho perjuicio para el interés general, como se ha puesto de manifiesto porque no sólo deberá indemnizarse con cargo al dinero público a quien fuese titular de las obras, además del mismo coste de demolición y nueva ejecución” (Auto de 10 de abril de 2008, Sala Tercera de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura).

La Asociación de Amigos de Badajoz presenta un recurso de casación contra este auto y, por fin, el Tribunal Supremo ordena la ejecución de la sentencia de 2003, toda vez que “no concurre imposibilidad legal de ejecutar la sentencia de 24 de febrero de 2003” (Tribunal Supremo, Sala III de lo Contencioso-Administrativo. Sentencia de 23 de octubre de 2009). En los Fundamentos de Derecho se indica que “el Ayuntamiento demandado no ha probado en absoluto que la modificación del Plan (...) obedezca a unas directrices generales de ordenación urbanística del territorio, expresadas en la Memoria de la revisión”. En otro párrafo es más contundente: “Se ha aprobado la variación del plan con el objeto de impedir que la sentencia (de 2003) se cumpliera en sus propios términos (...) de modo que el citado Plan (General de Ordenación Urbana) se concreta cuando ya se ha dictado la sentencia que se pretende ejecutar (...) lo que pone de manifiesto que la secuencia de los hechos avala que la modificación del planeamiento tenía por finalidad esquivar el cumplimiento de la sentencia en sus propios términos (2009).

Hay que derribar lo construido. Hay que devolver el edificio a su estado original antes de las obras. Esto conlleva, entre otras actuaciones, la demolición de El Cubo, el derribo del aulario y el rebaje en 1,35 metros de la cubierta del Hospital Militar.

4. La Junta Provincial y Regional de Patrimonio

A partir de esta sentencia se inicia una carrera contra reloj en la que participan todos los agentes que han intervenido en este largo proceso: “Amigos de Badajoz” exige que se cumpla la sentencia. La Universidad, que se encuentra en medio de todo el litigio, comienza a buscar nuevo acomodo para sus estudiantes de Biblioteconomía y Documentación y Comunicación Audiovisual. La Junta de Extremadura piensa dónde puede ir la nueva ubicación de su Biblioteca Regional. Los vecinos de la zona se movilizan contra el derribo del edificio, pues son conscientes de los riesgos a los que se pueden enfrentar. Y el Ayuntamiento de Badajoz busca algún resquicio legal que le permita no tener que acometer unas obras de destrucción que le pueden costar casi 10 millones de euros.

El primer hueco a la esperanza se abre en junio de 2010, cuando la Comisión Provincial de Patrimonio considera que la sentencia es a todas luces inejecutable, no solo por motivos legales, sino también por motivos técnicos. El artículo 39 de la Ley de Patrimonio dice que “en el caso de bienes inmuebles, las actuaciones irán encaminadas a su conservación, consolidación y rehabilitación y evitarán los intentos de reconstrucción, salvo cuando se utilicen partes originales de los mismos”. En el caso de la Alcazaba “es inviable devolverla a su estado antes de la construcción de la facultad, ya que no se pueden recuperar los elementos originales. Es decir, al rehabilitar el antiguo hospital militar, se realizaron excavaciones arqueológicas, se sustituyó el suelo y se retiraron elementos que son irrecuperables”.

El informe de la Comisión Provincial de Patrimonio no es vinculante en tanto no sea ratificado por la Comisión Regional. Y esta también se ha manifestado en el mismo sentido. En el último momento, “El Cubo” y toda la Facultad de Biblioteconomía, Documentación y Comunicación Audiovisual, así como la Biblioteca Regional de Extremadura, han conseguido el indulto.

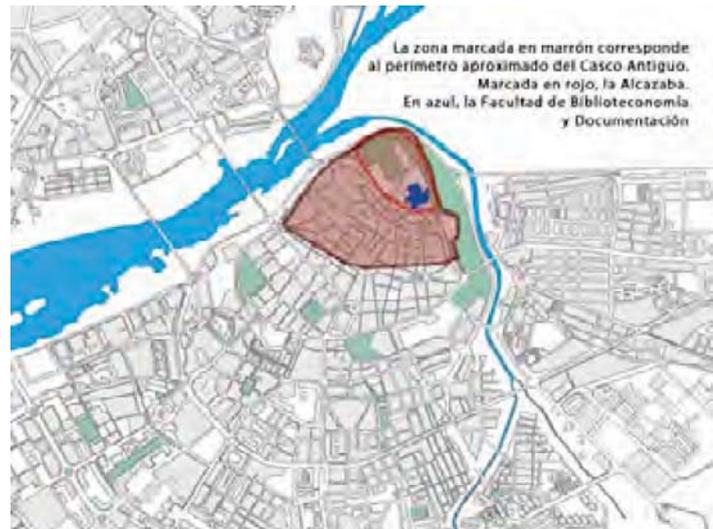
5. Recuperación del entorno

La recuperación social del entorno se ha ido completando con otras obras que han ido completando el paisaje actual. No obstante, el centro ha sido, en todo momento, la rehabilitación del Hospital Militar, en el que se asienta la Facultad y la Biblioteca Regional de Extremadura. Otras acciones han podido ser:

- La rehabilitación integral de la Plaza Alta, con restauración de las fachadas, arcadas y pavimentación. Rehabilitación y reconstrucción de las viviendas. Si en un principio se concibieron para acoger población universitaria –alumnos, profesores y personal de administración y servicios- a partir de 2005 se hace cargo la Agencia Regional de Alquileres y se ofertan a economías domésticas por un alquiler asumible.
- La recuperación del antiguo Ayuntamiento, que se encuentra en un lateral de la Plaza Alta.
- La restauración de la Torre de Espantaperros.
- La restauración de las casas consistoriales.
- La restauración de las casas mudéjares.
- La rehabilitación y nuevo diseño del parque de la Galera.

- La rehabilitación completa de todo el recinto intramuros de la Alcazaba.
- La rehabilitación y recuperación de la casa de Luis de Morales, convertida en el Museo de la Ciudad.
- La construcción de un edificio que alberga una residencia de estudiantes.
- La restauración integral de la Alcazaba, la última de las obras acometidas hasta ahora y que se encuentra en ejecución.

1.1. Figuras y fotografías



Figs. 1 y 2.- Zona en la que se inscribe la Alcazaba árabe y la Facultad de Biblioteconomía y Documentación. Desarrollo propio a partir de www.aytobadajoz.es



Fig. 3.- Estado de la Plaza Alta en 1971. www.alcazaba.unex.es



Fig. 4.- Estado de la Plaza Alta en 1971. www.alcazaba.unex.es



Fig. 5.- Las llamadas "Casas Mozárabes" antes de su restauración. www.pueblos-espana.org



Fig. 6.- Las llamadas "Casas Mozárabes" después de su restauración. matriuskadas.blogspot.com



Fig. 7.-En 1898 se instaló en la Plaza Alta un mercado de abastos. Fotografía de 1965. artebadajoz.blogspot.com



Fig. 8.- En 1975 el mercado de abastos fue desmontado y trasladado al Campus Universitario, donde, bajo el nombre de "Edificio Metálico" alberga determinados servicios de la Universidad. monumentosdebadajoz.es



Fig. 9.- Detalle de la Plaza de Marín de Rodezno, conocida como "Plaza Alta" tras su rehabilitación. turismoextremadura.enredex.com



Fig. 10.- La Plaza Alta en la actualidad. www.flickr.com



Fig. 11.- Otro detalle de la Plaza Alta. Al fondo, la Torre de Espantaperros. www.viajarporextramadura.com



Fig 12.-Rehabilitación de las Casas Consistoriales, ubicación del antiguo Ayuntamiento de Badajoz. artebadajoz.blogspot.com



Fig. 13.- La Torre albarrana de Espantaperros, antes de su rehabilitación. Afortunadamente siempre se conservó en razonable buen estado. elbauldedanielbernad.blogspot.com



Fig. 14.-La Torre de Espantaperros en la actualidad. es.wikipedia.org



www.rodamons.net



fotos.hoy.es



fotos.hoy.es



Figs. 15, 16, 17 y 18.-Distintos ángulos de la muralla almohade de la Alcazaba. En los últimos años está siendo restaurada integralmente. La fig. 14 muestra la entrada superior de la Torre de Espantaperros objetivoextremadura.hoy.es



Fig. 19.- Estado en el que se encontraba el Hospital Militar antes de su restauración. Diario HOY



Fig. 20.- Estado en el que se encontraba el Hospital Militar antes de su restauración. Diario HOY



Fig. 21.- Acto de la colocación de la primera piedra de la rehabilitación de lo que será la Facultad de Biblioteconomía y Documentación y la Biblioteca General de Extremadura. Diario HOY



Fig. 22.- Durante las obras se descubrieron importantes yacimientos arqueológicos del pasado musulmán del enclave. Diario HOY



Fig. 23.- Obras de rehabilitación. Al fondo se ve el polémico “Cubo” de Biblioteconomía. www.absolutbadajoz.com



Fig. 24.- La Junta Regional de Patrimonio ha declarado inejecutable la sentencia que obliga a restituir el Hospital Militar al estado en que se encontraba antes de la ejecución de las obras de rehabilitación. www.hoy.es



Pag. 25.- La Plaza Alta. Al fondo, parte del Hospital Militar –cuya visión siempre sobresalió por encima de la muralla- con el polémico “Cubo”. romerodecastilla.blogspot.com



Pag. 26.- El anexo construido alberga el Salón de Actos de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación y los despachos de los profesores. www.flickr.com



Fig. 27.- El "Cubo" integrado en el paisaje de la Alcazaba árabe. www.radiointerior.es



Fig. 28.- Además del “Cubo”, las obras de rehabilitación contemplaron la construcción de cuatro aulas y una biblioteca que es de las más grandes de Badajoz. blogs.hoy.es



Fig. 29.- La rehabilitación integral de la Alcazaba contempló la construcción de un gran parque de ocio, con una amplia pradera y reservas didácticas de plantas autóctonas. es.wikipedia.org



Fig. 30.- La presencia de niños jugando en la Alcazaba era algo impensable antes de la rehabilitación del Hospital Militar. Fotografía del autor.



Fig. 31.- El edificio rehabilitado. Al lado de la puerta de la Biblioteca Regional, las Torres de Santa María integradas en el antiguo Hospital y que son la única referencia de la primera catedral de Badajoz. Es el lugar más alto de la ciudad. Fotografía del autor.



Fig. 32.- Entrada a la Facultad de Biblioteconomía y Documentación, en la que también se imparten los estudios de Grado de Comunicación Audiovisual. Fotografía del autor.



Fig. 33.- Entrada de la facultad. En primer plano, mojón explicativo del edificio y su entorno. Fotografía del autor.



Fig. 34.- Detalle del lateral de la facultad. Al fondo, la muralla árabe y la Torre de Espantaperros. Fotografía del autor.

Conclusiones

Hoy, el entorno de la Alcazaba de Badajoz, la Plaza Alta y gran parte del Casco Antiguo presentan una imagen completamente distinta a la de hace apenas diez años. Sin haber cambiado la estructura, su arquitectura presenta una rehabilitación urbanística impensable en 1999. La convivencia se ha restaurado, presentando un buen nivel de comunicación entre los “nuevos inquilinos” y la población tradicional de la zona —en su mayoría de etnia gitana-, que todavía subsiste en algunas calles aún no rehabilitadas. En la propia Plaza Alta se abren cervecerías y locales de ocio, en el mismo lugar donde, pocos años antes, la entrada estaba vetada a ciudadanos ajenos a este paisaje. Y esta fusión de ciudadanía, en contra de lo que algunas voces preconizaban, ha conseguido que apenas haya violencia delictiva. En los casi doce años que lleva la Facultad abierta, tan solo se ha registrado un atraco a un alumno, sin apenas consecuencias.

Pero lo más importante, lo que más indica la recuperación de la Alcazaba son los niños. Han asaltado y conquistado los jardines de la Alcazaba y todas las tardes se ven docenas de ellos jugando en sus instalaciones y llenando el espacio con sus risas, sus gritos y sus juegos. Al mismo tiempo, el lugar se ha convertido en espacio de convivencia de gente joven que aprovecha el césped para descansar, estudiar, leer, charlar...

En la Alcazaba había aislamiento, miseria y desestructuración. Hoy es un ejemplo de comunicación, de convivencia y de belleza.

Referencias: bibliografía

- Galván Blanco, J. A. y Manso Rapado, J. COORD (1998). Concurso de ideas para la Facultad de Biblioteconomía y Documentación y la Biblioteca General de Extremadura. Mérida. Consejería de Educación y Juventud. Consejería de Cultura y Patrimonio. Junta de Extremadura.
- González González, J. M. (2006) La Plaza Alta de Badajoz. Badajoz. Archivo Histórico Provincial de Badajoz. Dirección General de Patrimonio Cultural, Junta de Extremadura.
- González González, J. M. (2006) La rehabilitación de la Plaza Alta de Badajoz. Cáceres, Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones.
- Lorenzo Cadarso, P. L (2003) Crónica Visual de Badajoz. Badajoz. Diputación Provincial de Badajoz.

Webgrafía

- Baigorri, A. (1997) Los cascos antiguos como pasaje iniciático a la ciudad de las oportunidades. Conferencia en Debate sobre Rehabilitación del Casco Antiguo. Badajoz. Colegio Oficial de Arquitectos de Extremadura. Disponible en <http://www1.unex.es/eweb/sociolog/BAIGORRI/papers/cascobadajoz.pdf>
- Cayetano Rodríguez, M. (2001) La protección del patrimonio urbano en el casco intramuros de Badajoz. Badajoz: RSEEAP. Disponible en: <http://www.rseeap.org/docs/files/8economica.doc>
- Cid. A. (2010) El Consistorio se arma para tratar de evitar el derribo de Biblioteconomía. Badajoz. HOY. Disponible en <http://www.hoy.es/v/20101019/badajoz/consistorio-arma-para-tratar-20101019.html>
- Colomé, E. y Moure, G. (¿ño?) Intervención en el antiguo Hospital Militar de la Alcazaba de Badajoz. Madrid: ONDISENO. Disponible en <http://www.ondiseno.com/proyecto.php?id=480>
- Doncel Luengo, J.A. (2010) Poderoso caballero debería ser Don Dinero. Badajoz. HOY. Disponible en <http://www.hoy.es/v/20100316/opinion/poderoso-caballero-deberia-dinero-20100316.html>
- Editorial (2008) El cubo, sus autores y la ley. Disponible en <http://www.hoy.es/20080419/opinion/cubo-autores-20080419.html>
- López Lago, J. J. (2007) El nuevo Plan General de Badajoz permite edificar el polémico ‘cubo’ en la Alcazaba. Disponible en <http://www.hoy.es/20071011/regional/nuevo-plan-general-badajoz-20071011.html>
- López Lago, J. (2009). La ajetreada historia del Cubo. Badajoz. HOY. Disponible en <http://www.hoy.es/20091122/badajoz/ajetreada-historia-cubo-20091122.html>
- Reigadas, N (2010) La Comisión de Patrimonio rechaza el derribo del Cubo. Disponible en <http://www.hoy.es/v/20100623/badajoz/comision-patrimonio-rechaza-derribo-20100623.html>
- Reigadas, N (2010) La Junta apoya a la Comisión de Patrimonio para que no se derribe el Cubo. Disponible en <http://www.hoy.es/v/20100624/badajoz/junta-apoya-comision-patrimonio-20100624.html>
- Romero, R. (2008) El TSJEx estima inejecutable el derribo del ‘cubo’ de Biblioteconomía. Disponible en <http://www.hoy.es/20080418/badajoz/tsjex-estima-inejecutable-derribo-20080418.html>

- Romero, R. (2009) El cubo de Biblioteconomía se tendrá que derribar. Disponible en <http://www.hoy.es/20091111/local/badajoz/parte-cubo-biblioteconomia-tendra-200911112138.html>
- VVAA (2009) La cortina verde ya no tatará el cubo Disponible en <http://amigosdebadajoz.blogspot.com/2009/11/habra-que-reformar-biblioteconomia.html>

Hemerografía

- Villalón, M. C. (1990) El hospital Militar de Badajoz. Siglo XIX. Norba-arte, 10, 149-160. También disponible en dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=107426&orden=0
- Cid, A. (1998) Colocada la primera piedra de la Facultad de Biblioteconomía en la Alcazaba de Badajoz. Badajoz. Diario HOY, 3 de abril de 1998. Pag. 4 (fotografía de Alfonso)
- Cid, A. (1998) El PSOE acusa al gobierno local de entorpecer las obras del Hospital Militar. Badajoz. Diario HOY de 30 de mayo de 1998. Pag. 12 (Fotografía HOY)
- Barrado, M. (1998) El tesoro de la Alcazaba. Badajoz. Diario HOY de 27 de octubre de 1998. Pag. 16 (fotografías de Alfonso)
- Cid, A. (1999). El convento de los Jesuitas se convertirá en un año en un centro destinado a universitarios. Badajoz. Diario HOY de 13 de mayo de 1999. Pag. 10
- Cid, A. (2001) La obra de la Facultad de Biblioteconomía, en la Alcazaba, termina a finales de abril. Badajoz. Diario HOY de 25 de febrero de 2001. Pag. 16
- Cid, A. (2001) La UEx busca fórmulas para acoger en el edificio ‘Comunicación Audiovisual’. Badajoz. Diario HOY de 25 de febrero de 2001. Pag. 17
- Barrado, M. (2006) Echan tierra vegetal en la Alcazaba para crear una pradera de grama en su parte alta. Badajoz. Diario HOY de 20 de julio de 2006. Pag. 7
- R. R. (2006) La Alcazaba tendrá 60.000 nuevas plantas y flores aromáticas. Badajoz. Diario HOY, 12 de agosto de 2006. Pag. 5
- López Lago, J. (2009) La ajetreada historia del cubo. Badajoz. Diario HOY de 22 de noviembre de 2009. Pag. 20 También disponible en <http://www.hoy.es/20091122/badajoz/ajetreada-historia-cubo-20091122.html>
- Lorenzo, P.L., Muñoz, A., Zapico, F. (2009) La verdad sobre Biblioteconomía y la Biblioteca de Extremadura. Badajoz. La Crónica de Badajoz, 9 de noviembre de 2009

Figuras y fotografías

- Fig. 1.- <http://www.aytobadajoz.es/pt/ayto/callejero/badajoz>
- Fig. 2.- <http://www.aytobadajoz.es/pt/ayto/callejero/badajoz>
- Fig. 3.- <http://alcazaba.unex.es/~jaleon/plaza.html>
- Fig. 4.- <http://badajozayeryhoy.net/siguientes/plaza%20alta.html>
- Fig. 5.- <http://www.pueblos-espana.org/extremadura/badajoz/badajoz/284786/>

- Fig. 6.- <http://matriuskadas.blogspot.com/2010/09/de-bureo-vacacional.html>
- Fig. 7.- <http://artebadajoz.blogspot.com/2010/03/plaza-alta-de-badajoz.html>
- Fig. 8.- http://monumentosdebadajoz.es/arq_hierro.htm
- Fig. 9.- <http://turismoextremadura.enredex.com/2010/03/01/plaza-alta-de-badajoz/>
- Fig. 10.- <http://www.flickr.com/photos/30348759@N04/4116494627/in/gallery-alcintas-72157623077248851/>
- Fig. 11.- http://www.viajarporextremadura.com/cubic/datos/docs/doc_332/imag_1556_badajoz_plaza_alta.jpg
- Fig. 12.- <http://artebadajoz.blogspot.com/2010/03/plaza-alta-de-badajoz.html>
- Fig. 13.- <http://elbauldedanielbernad.blogspot.com/2011/06/la-torre-de-espantaperros-badajoz.html>
- Fig. 14.- http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Torre_del_Alpendiz_o_de_Espantaperros.JPG
- Fig. 15.- http://www.rodamons.net/cas_extremadura.htm
- Fig. 16.- <http://fotos.hoy.es/201001/paseando-007.jpg>
- Fig. 17.- <http://www.hoy.es/20100102/portada-tarde.html>
- Fig. 18.- <http://objetivoextremadura.hoy.es/fotos-ibnmarwall/torre-alpendiz.-318327.html>
- Fig. 19.- HOY, 30.5.98 Pag. 12. Foto Hoy.
- Fig. 20.- HOY, 27.10.98 Pag. 16. Foto Alfonso.
- Fig. 21.- HOY, 3.4.98 Pag. 4. Foto Alfonso
- Fig. 22.- HOY 27.10.98 Pag. 16. Foto Alfonso
- Fig. 23.- <http://www.absolutbadajoz.com/el-polemico-cubo-de-biblioteconomia/>
- Fig. 24.- <http://www.hoy.es/20071220/badajoz/ganador-autor-cubo-biblioteconomia-20071220.html>
- Fig. 25.- <http://romerodecastilla.blogspot.com/>
- Fig. 26.- <http://www.flickr.com/photos/chemasanco/4154974965/>
- Fig. 27.- <http://www.radiointerior.es/index.php?op=noticia&id=1274>
- Fig. 28.- <http://blogs.hoy.es/politica/2007/09/20/se-derribara-cubo-badajoz/>
- Fig. 29.- http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Badajoz_Parque_de_la_Alcazaba.JPG

Otros documentos

- Anexo a la Resolución de 7 de noviembre de 2007 del Consejero de Fomento, por la que se aprueba definitivamente el Plan General Municipal y Plan Especial de Protección del Casco Histórico de Badajoz. (7/11/2007). Publicado en Diario Oficial de Extremadura (DOE), nº 136 de 24 de noviembre de 2007
- Tribunal Supremo Sala III de lo Contencioso-Administrativo. Sentencia de 23 de octubre de 2009 sobre el recurso de casación 2714/2008 interpuesto en nombre de la Asociación Amigos de Badajoz. Disponible en <http://sentencias.juridicas.com/docs/00312636.html>
- Ley 16/1985 del 25 de junio de 1985 sobre el Patrimonio Histórico Español. Boletín Oficial del Estado nº 155, de 29 de junio de 1985

EL CIUDADANO SOCIALMENTE RESPONSABLE

Luis Felipe Solano Santos

Profesor Contratado Doctor

Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid Avda. Complutense s/n (España) 28040

Madrid 913947083 lfsolano@yahoo.es

Resumen

La Responsabilidad Social no sólo concierne a las organizaciones, empresas e instituciones, es decir, los entes colectivos formales, sino también a los individuos por cuanto forman parte de una sociedad que convive y se desarrolla en un espacio concreto como es la ciudad, una creación artificial del grupo en cuanto conjunto de individuos en interacción con objeto de mejorar sustancialmente las circunstancias que le rodean y poder hacer frente a las adversidades que se desprenden del desafío del medio. Desde la polis griega hasta la ciudad contemporánea, pasando por la Ciudad Eterna, la Florencia de Lorenzo el Magnífico, el Madrid de los Austrias y la Weimar de Goethe; la ciudad

no ha dejado de ser jamás un espacio de libertad, seguridad y asociacionismo idóneo para el ser humano, pues le permite no sólo sobrevivir, sino y lo que es más importante, dedicar parte de su tiempo al ensimismamiento, es decir, como dice Ortega, el poder que el hombre tiene de retirarse virtual y provisoriamente del mundo, y meterse dentro de sí. Ensimismarse es pensar, meditar, reflexionar... ocuparse de tareas que nada tienen en común con las de los animales. En definitiva, una empresa imprescindible y fundamental en la vida del hombre, pues es la cualidad que más tarde permite a las sociedades desarrollarse y progresar en todos los ámbitos de la vida.

Palabras clave

ciudad, responsabilidad social, organización, ciudadano, pensamiento

Abstract

The Social Responsibility does not only concern the organizations, companies and institutions, formal collective entities, but also to individuals because they are part of a society that lives and develops in a specific geographical area as the city, an artificial creation group as a set of individuals interacting with the aim of substantially improving the surrounding circumstances and cope with the adversities that arise from the environmental challenge. From the Greek polis to the modern city, through the Eternal City, the Florence of Lorenzo the Magnificent, the Madrid of Austrias and

the Weimar of Goethe, the city has never ceased to be an area of freedom, security and appropriate associations for humans, allowing it to not only survive, but and most importantly, spend some of their time to absorption, as Ortega says, the power that man has to withdraw temporarily from the virtual world and get inside each other. Is self-absorbed to think, meditate, reflect... deal with tasks that have nothing in common with animals. In short, a business imperative and fundamental in the life of man, it is the quality which later allows companies to develop and progress in all areas of life.

Key words

city, social responsibility, organization, citizen, thought

Introducción

La ciudad no sólo es una de las múltiples respuestas del ser humano al desafío del medio, quizá la más contundente, sino también es una formidable consecuencia del desafío de la propia naturaleza humana, es decir, el abandono de una vida animal en pro de una vida cultural, que propicia la vida en armonía y sujeta a unas normas que hacen posible el desarrollo social. Sin lugar a dudas, el progreso de toda urbe está íntimamente ligado a la responsabilidad de todo ciudadano, que es miembro de un grupo como fenómeno sociocultural típico, es decir, un conjunto de individuos en interacción que se enfrenta como ya hemos mencionado al desafío del medio. El grupo es el auténtico protagonista del acontecer humano y no el individuo, que debe ser socialmente responsable si se pretende garantizar el mantenimiento de dicho grupo en el marco urbanístico. Es entonces cuando el individuo cobra la relevancia que realmente tiene como garante del progreso social en todos los ámbitos. Por ello, se considera que la Responsabilidad Social no sólo es exigible a las corporaciones, entidades que por su volumen y capacidad están en condiciones de liderar el desenvolvimiento de la sociedad, sino también al ciudadano como responsable del desarrollo y dinamismo de la ciudad. Como afirma Ortega, la plaza, el ágora, es decir, la ciudad, que es la negación del campo, es el espacio donde el hombre puede ensimismarse, o sea, dedicar parte de su valioso tiempo a reflexionar, meditar y pensar, en definitiva, asumir parte de sus obligaciones en beneficio del grupo, de la sociedad que debe esforzarse en mantener ese marco tan propicio e imprescindible como es la ciudad, un espacio racional que se enfrenta al campo vegetal. De ahí la enorme Responsabilidad Social que asume el individuo al convertirse en ciudadano.

Objetivos

El presente trabajo aborda la Responsabilidad Social del ciudadano, es decir, que la tan exigida Responsabilidad Social en estos tiempos que corren no sólo concierne a las organizaciones, empresas e instituciones, sino también a los individuos por cuanto forman parte de una sociedad que convive y se desarrolla en un espacio concreto como es la ciudad, una creación artificial del grupo en cuanto conjunto de individuos en interacción con objeto de mejorar sustancialmente las circunstancias que le rodean y poder hacer frente a las adversidades que se desprenden del desafío del medio. El conjunto de obligaciones inherentes a la libre asunción de un estado o condición, aun no tipificadas jurídicamente, pero cuya fuerza vinculante y previa tipificación proceden de la íntima convicción social de que su incumplimiento supone la infracción de la norma de cultura, que exigimos a diario a las organizaciones es también susceptible de ser demandado a la ciudadanía, responsable del desarrollo, dinamismo y perpetuidad de la ciudad. Ese desarrollo, dinamismo y perpetuidad de la ciudad sólo es posible gracias al ciudadano socialmente responsable, aquel que es capaz de ensimismarse, es decir, reflexionar, meditar y pensar, actividades fundamentales e imprescindibles para el progreso de toda urbe.

Metodología

Tras un análisis del estado actual de la cuestión, es decir, la Responsabilidad Social, y su vinculación no sólo a las grandes organizaciones, sino también al individuo como ciudadano, se procede a determinar los factores esenciales que permiten alcanzar los objetivos de la presente investigación, que trata de establecer la Responsabilidad Social del ciudadano, que es la conclusión y síntesis de todo proceso de esta naturaleza. Es decir, no sólo es exigible a las organizaciones, empresas o instituciones, sino también al ser humano como elemento indispensable de la sociedad y, por tanto, de la ciudad, cuyo progreso y desarrollo depende de su buen hacer.

1. La ciudad

La voz ciudad no tiene un concepto plenamente determinado hoy día. En su sentido más general es una agrupación de familias bastante numerosa, con una organización determinada. Etimológicamente equivale a la voz griega polis y a las latinas civitas y urbs. La primera designaba al Estado (en Grecia la ciudad era un verdadero Estado); la segunda equivale a comunidad, complejo orgánico de varias clases sociales; la tercera es opuesta al campo (ager), comprendiendo un espacio limitado con un surco del arado (límina).

De la palabra civitas-atis, se derivó por contracción la de ciudad, que marca el tránsito a la de ciudad. Esta se empleó durante la Edad Media casi exclusivamente para designar las poblaciones episcopales y su diócesis. En los últimos tiempos del periodo merovingio se aplicó en este sentido solamente a la población donde existía la catedral; durante los primeros siglos medioevales el equivalente de civitas era urbs, palabra, opuesta a castrum u oppidum, que se siguió aplicando igualmente a poblaciones que no eran sede episcopal; pero no con la extensión que hoy se usa, habiendo caído, en cambio, en desuso el llamar ciudad a la población que tiene catedral.

En los tiempos modernos ciudad es la agrupación de moradores que no es villa ni aldea; pero si bien el concepto de aldea tiene alguna determinación, no es posible fijar el límite en el cual la aldea se convierte en villa y menos aquel en el cual la villa se convierte en ciudad. Alfonso X el Sabio dice que se entiende por ciudad “todo aquel lugar que es cercado de los muros con los arrabales et los edificios que se tienen con ellos”; pero este concepto (que es el romano) no puede aplicarse hoy que las ciudades no suelen estar amuralladas y aun las consideradas como plazas fuertes trabajan para librarse de murallas, a lo que favorecen los cambios que ha sufrido el arte de la fortificación.

En la actualidad, la ciudad es una población comúnmente grande que antiguamente gozaba de mayores preeminencias que las villas. Es un conjunto de calles, casas y edificios que componen la ciudad, cuyo origen se encuentra, como ya hemos citado, en la polis griega y, sobre todo, en la Ciudad Eterna, llámase así a la ciudad de Roma. Los antiguos personificaban la ciudad en la diosa Roma que llevaba el sobrenombre de Eterna. Desde el advenimiento del cristianismo se le aplica aquel calificativo por ser Roma la sede de la cabeza visible de la religión católica que ha de durar hasta la consumación de los siglos.

De la ciudad antigua se ha pasado a la ciudad contemporánea o postindustrial, es decir, de la aparición de los primeros núcleos en China y Oriente Próximo, cuya función principal era militar y comercial, a la ciudad actual caracterizada por ser un espacio de extraordinaria expansión, donde predominan las aglomeraciones urbanas y la actividad económica, política y social. Entre estas dos formas muy distintas de ciudad, aparece la archiconocida polis griega y la ciudad Eterna; que dan paso siglos después a la ciudad medieval, muy marcada por el aspecto

defensivo, pues solía rodearse de murallas para ello, y por el educativo, pues aparecen las primeras universidades. Es entonces cuando aparece la ciudad moderna, que se caracteriza por la remodelación de las ciudades ya existentes creándose plazas, jardines, fuentes, palacios...

La revolución industrial impele a la ciudad, que sufre cambios importantes derivados de dicho desarrollo industrial. No sólo se planifica la ciudad urbanísticamente, sino que la población se multiplica con la aparición de los núcleos obreros.

Ahora bien, el desarrollo y crecimiento es consecuencia directa del progreso tecnológico, por un lado, y del convencimiento de la necesidad imperiosa de un espacio adecuado y propicio para ello, y ese no es otro que la ciudad, marco incomparable e insustituible donde el hombre es capaz de desarrollar todo su potencial.

2. Responsabilidad Social

¿Qué es Responsabilidad Social?

La inmensa mayoría de las instituciones sociales, es decir, los entes colectivos formales, entre los que figuran el estado, la empresa económica, los partidos políticos y en última instancia, las instituciones más importantes de nuestro sistema sociopolítico, o sea, aquellos factores sobre los que reposa la civilización, surgen o parecen surgir como categorías históricas, es decir, elementos o ingredientes susceptibles de asegurar, en el momento exacto, el desenvolvimiento de la sociedad humana y su progresión "ad infinitum".

La carencia de una fundamentación rigurosa ha determinado que haya habido que esperar siglos para que el mundo empresarial adquiriera conciencia de su responsabilidad, una conciencia social de lo que inicialmente se identifica como filantropía y, más tarde, como responsabilidad social.

Responsabilidad es conocer y aceptar las consecuencias de un acto libre e inteligente, así como la relación de causalidad que une al autor con el acto que realiza, vinculando en aquél las relaciones nacidas de los efectos de éste. Que responsabilidad equivale a obligación o conjunto de obligaciones derivadas de la libre asunción de un estado o condición y que hablar de obligación nos remite directamente al problema de la costumbre, norma creada e impuesta por el uso social, según Federico de Castro.

Entendemos por responsabilidad social el conjunto de obligaciones inherentes a la libre asunción de un estado o condición, aún no reconocidas por el ordenamiento jurídico positivo o reconocidas sólo parcialmente, pero cuya fuerza vinculante y su previa tipificación proceden de la íntima convicción social de que su incumplimiento constituye una infracción de la norma de cultura.

Los economistas limitan esa responsabilidad al campo económico, afirmando que la responsabilidad de la empresa consiste, ni más ni menos, en la obtención del máximo beneficio, sin que se le pueda atribuir ninguna otra obligación, excepción hecha, claro está, de las de carácter fiscal, laboral, etc., a las que habría que añadir las que la presión social de la hora presente va cargando sobre sus "espaldas" (respeto del medio ambiente, lucha contra la contaminación, etc.).

Se trata de un tema polémico. En gran medida, resulta sorprendente que fuera el mundo del Derecho el primero que dio el gran paso y en una institución que, desde Roma, se había considerado perfectamente cristalizada: el

derecho de propiedad. Para el romano, en efecto, la propiedad era el “*ius utendi, fruendi et abutendi*”, es decir, el derecho de usar, disfrutar e incluso abusar de las cosas. En palabras infinitamente más elegantes y sin perder un ápice de rigor, nuestros grandes romanistas, como Iglesias Santos, lo definían diciendo que era “el señorío jurídico sobre las cosas”. Sin embargo, el derecho de propiedad estuvo sujeto a diversas limitaciones que, con el paso de los tiempos, fueron perfilándolo hasta convertirlo en una sombra de lo que antaño fue. La propiedad se concibe actualmente como un derecho social, por encima del cual se hallan los intereses de la sociedad, que priman siempre y en todo caso sobre él. Sea como fuere, es lo cierto que la concepción del derecho de propiedad influyó sobremanera en la idea de la responsabilidad social que estudiamos. La empresa está al servicio de la sociedad porque maneja recursos humanos y materiales naturalmente escasos, recursos que detrae del cuerpo social y que al dedicarlos a la producción de bienes o servicios determinados significa también que impide su aplicación a otros menesteres. Una analogía casi caricaturesca nos lo demuestra.

La responsabilidad social corporativa no debe estimarse jamás como una opción voluntaria por parte de las corporaciones, sino como una obligación ineludible que, en el futuro, será jurídicamente exigible incluso ante los órganos jurisdiccionales.

Cuando se habla de responsabilidad social corporativa, es como si se tratara de una manifestación actitudinal defensiva ante circunstancias intolerables: la defensa del entorno, el salario justo, la defensa de los intereses del usuario o consumidor, etc. Ello es correcto y no hay nada que añadir; sin embargo, nosotros entendemos que hay que dar un paso adelante y dejar de configurar la responsabilidad social desde puntos de vista reactivos, sino activos, lo cual se corresponde con la figura, todavía escasamente desarrollada, del ciudadano corporativo.

En efecto, la empresa, la corporación, si se quiere, ha experimentado un grado de crecimiento tal que ha superado todas las previsiones; ya no es concebible la empresa que limita sus actividades a un mercado local, regional o incluso, nacional; sus acciones han desbordado fronteras y no sólo en el ámbito económico, sino también en el político; su poder económico ha desestabilizado gobiernos y ha impuesto, en ocasiones, gobiernos dictatoriales, usurpando la voluntad y la capacidad de decisión de los pueblos. No hace falta recordar el caso de Chile, en el que la ITT “derribó” al legítimo gobierno de Allende, apoyando al general “golpista” Augusto Pinochet e imponiendo una dictadura presumiblemente acorde con sus intereses.

De otra parte, si la Responsabilidad Social es el conjunto de obligaciones inherentes a la libre asunción de un estado o condición debemos concretar de dónde derivan dichas obligaciones. Desde la perspectiva jurídica conceptual, *obligatio est iuris vinculum*, es decir, obligación es un vínculo de derecho por virtud del cual estamos obligados a dar, hacer o no hacer alguna cosa a alguien. Pues bien, las obligaciones a las que nos referimos al hablar de Responsabilidad Social son aquellas, en primer lugar, que derivan o emanan de la propia actividad o función que desarrolla o desempeña la organización; y en segundo lugar, una serie de obligaciones derivadas en función del impacto que la organización tenga en la sociedad a todos los niveles, es decir, político, económico, medioambiental y social. La primera dimensión hace referencia a un comportamiento al que toda organización está obligada a llevar a cabo, es decir, toda organización debe ser socialmente responsable al desempeñar su propia función, o sea, la actividad para la que ha nacido; mientras que la segunda dimensión se refiere a una serie de obligaciones nacidas o derivadas del tremendo y extraordinario impacto que las corporaciones tienen sobre el sistema político y económico, la sociedad y el medio ambiente.

3.El ciudadano socialmente responsable

Las obligaciones que se derivan de la libre asunción de un estado o condición, no tipificadas por el ordenamiento jurídico positivo, pero cuyo incumplimiento supone la infracción de la norma de cultura, no son sólo exigibles a las corporaciones, organizaciones, empresas e instituciones, es decir, los entes colectivos formales, sino también al ciudadano en la medida que le corresponde.

Es decir, es deber de todo ciudadano asumir una serie de compromisos u obligaciones cuyo objeto no es otro que garantizar la sostenibilidad, desarrollo, dinamismo y progreso de la ciudad, entendida como una construcción irreductible que garantiza o cubre no sólo las necesidades perentorias del ser humano, sino que además ofrece ese imprescindible espacio o marco bajo el que el hombre da rienda suelta a su razón, pensamiento y creatividad tan fundamentales y necesarias para el devenir y porvenir de la especie.

Por ello, la Responsabilidad Social no sólo concierne a la corporación, sino también al ciudadano que está obligado a tener una conducta responsable en todo momento que pasa, en primer lugar, por aceptar y conocer las consecuencias de sus actos libres e inteligentes; y en segundo lugar, asumir las obligaciones que se derivan de la libre asunción de un estado o condición, concretamente la de ciudadano. Como ciudadano o miembro integrante de un grupo o grupos que conviven en un espacio concreto como es la ciudad, que a su vez, es necesario e imprescindible de cara a cubrir sus necesidades perentorias, verbigracia, alimentación, seguridad, salud, desarrollo personal, debe revertir a la sociedad parte de los beneficios que obtiene de ésta, pues es ésta y, en definitiva, el sistema o la ciudad, la que garantiza una vida llevadera y segura.

Por tanto, la ciudadanía es socialmente responsable del devenir de la ciudad. Es conveniente recordar el significado y alcance del término, pues ciudadanía es el vínculo político que expresa la relación entre el Estado y los individuos que le componen. Al ser vínculo político, es también vínculo jurídico, que entraña, como todos los de esta clase, deberes y derechos.

La ciudadanía se origina de la antigua civitas, que era Estado con figura propia. Empero, hoy la ciudad no es el Estado, y la ciudadanía ha venido a encarnar en las modernas sociedades políticas independientes. La ciudadanía se adquiere por nacimiento o por voluntad; en ambos casos, el individuo adquiere derechos y deberes u obligaciones.

Obviaremos los derechos, que son muchos y por todos conocidos, ahondando en los deberes de las personas frente al Estado, que tienen un doble carácter fundamental y distinto; existe, en primer lugar, el deber de obediencia, verdadera prestación de carácter moral, y existen, por otra parte, prestaciones de carácter material. Sin embargo, lo que le hace ser socialmente responsable al ciudadano no es sólo el cumplimiento de estos deberes que exige el Estado de forma coercitiva, sino aquellas obligaciones, cuyo incumplimiento no conlleva una sanción jurídica, sí social que infiere en la reputación de uno.

“Yo no tengo que ver con los árboles en el campo; yo sólo tengo que ver con los hombres en la ciudad”, diría Sócrates, el gran urbano, al referirse a la ciudad como el lugar o espacio puramente humano. Y la vida humana, como dirá varios siglos después Ortega, “tiene que estar puesta a algo, a una empresa gloriosa o humilde, a un destino ilustre o trivial”. Esa vida a la que el ensayista se refiere es caminar hacia una meta, pero evidentemente bajo un marco incomparable como es la ciudad, espacio, lugar o construcción indispensable para ello. La ciudad es el marco idóneo que garantiza al hombre tan ardua empresa, es el lugar donde puede darse el ensimismamien-

to, es decir, la reflexión, el pensamiento, la meditación, funciones humanas que requieren un estado concreto que sólo o casi sólo puede ofrecer la ciudad como espacio seguro y tranquilo.

Conclusiones

En definitiva, la Responsabilidad Social afecta no sólo a las corporaciones, entendiendo por corporación aquella entidad que por su volumen y capacidad está en condiciones de liderar el progreso social en todos los órdenes, sino también al ciudadano como parte integrante de un grupo que debe preservar en todo momento el marco bajo el cual convive que no es otro que la ciudad.

Como marco o espacio irreductible, necesario e imprescindible para el desarrollo y progreso de toda sociedad, la ciudad impele al ciudadano a preservarla de toda amenaza y para ello asume una serie de compromisos y obligaciones ineludibles, por un lado, tipificadas por el derecho positivo; y por otro lado, derivadas de la norma social, la costumbre y el uso. A éstas últimas se refieren los términos de “ciudadano socialmente responsable”.

El ciudadano socialmente responsable es aquel individuo, que además de asumir las obligaciones jurídicas, reconoce otras de otro tipo, como las mencionadas anteriormente.

Es deber del ciudadano socialmente responsable el cumplimiento de una serie de obligaciones que van más allá de las que tipifica el derecho positivo en pro de un espacio imprescindible para el progreso, desarrollo y evolución del hombre como es la ciudad, un lugar único que retroalimenta al ciudadano y, es por ello, que debe ser preservado. De ahí la inmensa responsabilidad que el ciudadano asume para y por la ciudad, que obviamente se encuentra en constante y permanente evolución.

La ciudad ofrece al hombre la oportunidad de dedicar buena parte de su tiempo al ensimismamiento, una de sus principales obligaciones para con la sociedad, para con sus congéneres, pues no en vano, el progreso, la evolución es fruto del ensimismamiento, la reflexión, la meditación, el estudio, el pensamiento... El ser humano depende de ello, y ello depende del contexto, el marco, el lugar, en definitiva, la tranquilidad y seguridad que ofrece la ciudad.

Referencias

- ETTINGER, K. E. (1961): “Investigación y Relaciones Públicas”, México: Herrero Hermanos Sucrs.
- ERBSCHLOE, M. (2002): “Socially Responsible IT Management”, USA: Digital Press.
- ORTEGAY GASSET, J. (1931): “La Rebelión de las Masas”, Madrid: Revista de Occidente.
- PACIONE, M. (1990): “Urban problems”, Londres: Routledge.
- SICA, P. (1977): “La imagen de la ciudad. De Esparta a las Vegas”, Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- SOLANO FLETA, L. (1988): “Tratado de Relaciones Públicas”, Madrid: Gestión 2000.
- SOLANO FLETA, L. (1995): “Fundamentos de las Relaciones Públicas”, Madrid: Síntesis.
- SPENGLER, O. (1923): “Der Untergang des Abendlandes” “La Decadencia de Occidente” (trad., 2005), Madrid: Taurus/Fundación Ortega y Gasset.
- TOYNBEE, A. J. (1952): “A Study of History” “Estudio de la Historia”, Buenos Aires: Emecé Editores.

LA CIUDAD TRANSITADA

Políticas y actuaciones de
transporte y los servicios
públicos en la ciudad.



A EDUCAÇÃO PARA O TRÂNSITO COMO INSTRUMENTO PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA SOCIEDADE SUSTENTÁVEL: O EXEMPLO DA CIDADE DE SÃO PAULO

Josefina Giacomini Kiefer

Gestora de Educação – Doutoranda

Companhia de Engenharia de Tráfego (CET/SP), Gerência de Educação, Departamento de Educação a distância – Rua Valson Lopes, 70 ap.73 T.1- Brasil -55(11)38718842-josefina@cetsp.com.br.

Petra Sanchez Sanchez

Professora Doutora - Pesquisadora

Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM), Programa de Educação, Arte e História da Cultura - Rua Piauí 143 – 2º andar – 55(11)21148710-petrasanchez@mackenzie.br.

Resumo

Este artigo apresenta a experiência dos programas de educação para o trânsito, desenvolvidos pela Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), na cidade de São Paulo (Brasil), em escolas e instituições de ensino não-formal, com crianças e adolescentes e a capacitação de professores para o trabalho com trânsito nas escolas do município através do Programa Fazendo Escola: Educando para novos valores no trânsito. Estas ações educativas visam construir saberes e reflexão sobre segurança no trânsito, cidadania, meio ambiente e qualidade de vida. São Paulo é a maior cidade da América Latina, no mundo a segunda em população e uma das cinco maiores áreas metropolitanas. Ocupa área de 1.523 km², estão distribuídos 6,6 milhões de veículos automotores e uma população de 11 milhões de habitantes, sendo 94% desta população residente em área urbana. No Brasil, a responsabilidade pela gestão

do trânsito pertence aos municípios e, na cidade de São Paulo, a empresa responsável é a Companhia de Engenharia de Tráfego que promove medidas para a melhoria das condições e para a modernização do trânsito da cidade. Contudo, as necessidades quanto à mobilidade segura e o cuidado com o meio ambiente, dependem, também, das atitudes e da postura adotada pelos cidadãos, moradores e usuários desta cidade. O aprendizado e o compartilhamento promovidos pelas atividades e programas de educação para o trânsito servem como apoio à melhoria do convívio entre os atores do trânsito na cidade de São Paulo e a discussão e promoção da educação ambiental. São atendidas, anualmente, cerca de 20 mil pessoas.

Palavras chaves

Educação Ambiental, Trânsito, Meio Ambiente, Cidadania, Ensino não-formal, Educação para o trânsito

Abstract

This article presents the experience of education programs for transit, developed by the Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), São Paulo (Brazil), in schools and non-formal education with children and adolescents and also the training of teachers to work with traffic in local schools through the program Fazendo Escola: Educando para novos valores no trânsito. These educational activities designed to build knowledge and reflection on road safety, citizenship, environment and quality of life. Actually, Sao Paulo is the largest city in Latin America, the second in the world population and one of the five largest metropolitan areas. In an area of 1,523 square kilometers, are distributed 6.6 million automotive vehicles and a population of 11 million inhabitants, 94% of the population living in urban areas. In Brazil, the respon-

sibility for managing the traffic belongs to the cities and the city of São Paulo, the company is responsible for the Companhia de Engenharia de Tráfego, which promotes measures to improve conditions and to the modernization of city traffic. However, the requirements with regard to mobility safe and caring environment also depend on the attitudes and the stance taken by citizens, residents and users of this city. The learning and sharing promoted by the activities and education programs for transit serve as support for the improvement of interaction between the actors of the traffic in the city of São Paulo and the discussion and promotion of environmental education. Are served annually through these programs for non-formal education, about 20 000 people.

Key words

Environmental Education, Traffic, Environment, Citizenship, Non-formal education, traffic education

Introdução

A educação para o trânsito apresenta-se, na cidade de São Paulo, como meio para a disseminação de conteúdos sobre cidadania, segurança no trânsito e meio ambiente. Em uma cidade de mais de 11 milhões de habitantes e, aproximadamente, 7 milhões de veículos, a preocupação com o compartilhamento do espaço público e o convívio harmônico entre todos é tarefa do órgão gerenciador do trânsito no município, a Companhia de Engenharia de Tráfego, integrada a ações desenvolvidas não apenas pela Companhia, mas também, por escolas, instituições de ensino não-formal, entre outros. Este estudo apresenta os programas de educação para o trânsito da CET, incluindo uma análise sobre a capacitação de professores Fazendo Escola: Educando para novos valores no trânsito.

Objetivos

- Conhecer a prática da educação para o trânsito, desenvolvida pela Companhia de Engenharia de Tráfego, CET, na cidade de São Paulo.
- Identificar nos programas desenvolvidos pela Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo, a presença de conteúdos sobre cidadania e educação ambiental e a contribuição dos mesmos para a disseminação de

saberes sobre meio ambiente e qualidade de vida.

- Identificar a contribuição do Programa Fazendo Escola: Educando para novos valores no trânsito, como apoio a educação ambiental.

Metodologia

Foram consultados documentos internos à área de educação para o trânsito, profissionais envolvidos no desenvolvimento destes programas e o site institucional da Companhia de Engenharia de Tráfego - CET, no período de janeiro de 2009 a abril de 2010. Para análise do programa Fazendo Escola: Educando para novos valores no trânsito foi desenvolvida pesquisa junto aos professores capacitados no período de abril de 2007 a fevereiro de 2010, por meio da aplicação de questionário. Para análise dos dados foi utilizado o método do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) e para tabulação das informações o software Qualiquantsoft.

1. Panorama Geral

O esvaziamento das áreas rurais e a superpopulação migrante para as grandes cidades fazem destes espaços, na atualidade, locais de alta concentração econômica, mas baixa qualidade ambiental.

Numa grande cidade convive-se hoje com a poluição do ar, congestionamentos, demanda excessiva aos serviços de saúde, violência, entre outros.

Dentre os problemas enfrentados pelos paulistanos, no dia-a-dia desta metrópole, estão àqueles relacionados à mobilidade e circulação pela cidade, além da poluição do ar. São fatores de aumento da poluição do ar: a grande quantidade de veículos em circulação, os congestionamentos que causam lentidão e provocam o aumento da emissão de poluentes pelo tempo em que o veículo encontra-se parado na via, a falta de regulagem de motores e controle sobre a qualidade dos combustíveis utilizado, entre outros. É no nosso século, no entanto, que o trânsito vai generalizar-se como problema urbano, à medida que as cidades crescem: a questão do trânsito faz parte da questão urbana de nossa época. Acidentes, congestionamentos, barulho, poluição parecem configurar um conjunto de condições adversas, que fazem com que o trânsito tenha uma imagem negativa, de caos, entre a maioria das pessoas que moram nas grandes cidades (VASCONCELOS, 1985, p. 08).

Com relação ao trânsito das cidades, muitas pessoas associam a palavra “trânsito” aos problemas decorrentes de ações que prejudicam o transitar na cidade, como o excesso de veículos que causa congestionamentos. Mas, trânsito não pode ser associado exclusivamente a “congestionamento” ou às questões negativas da cidade.

Trânsito é o conjunto de deslocamentos diários de pessoas pelas calçadas e vias; é a movimentação geral de pedestres e de diferentes tipos de veículos. O trânsito ocorre em espaço público e reflete o movimento de múltiplos interesses atendendo às necessidades de trabalho, saúde, lazer e outros, muitas vezes conflitantes. Para garantir o equilíbrio entre esses interesses coletivos é que se estabelecem acordos sociais, sob a forma de regras, normas e sinais que, sistematizados formam as leis (TOLENTINO, 2006).

A falta de mobilidade na cidade e transtornos que causam a contaminação do ar da cidade pelos veículos automotores ocorre exatamente pela “opção” do paulistano em utilizar meio de transporte particular ao invés do transporte coletivo. Digo “opção”, entre aspas, pois muitos justificam esta escolha pela ausência de transporte coletivo, como ônibus, metrô, trem, em quantidade insuficiente para o atendimento de toda população; desconforto, em decorrência da má conservação da frota de coletivos, extensivo ao trem; a falta de regularidade quanto aos horários de chegada/saída, além da má distribuição da frota, ocasionando falta ou atraso nos compromissos dos usuários.

Nas grandes cidades, quanto maior a renda da população, maior o desejo das pessoas de usar o transporte individualmente. Muitas preferem viajar sozinhas por causa do conforto, da privacidade, flexibilidade e rapidez, diferentemente do que elas experimentariam se usassem o transporte público. Essa preferência pelo transporte individual aumenta de maneira significativa o número de veículos nas ruas. Muitos acreditam que os benefícios do transporte individual superam os do transporte público. O impacto do individualismo colabora grandemente para o aumento dos congestionamentos. Paulatinamente, mais e mais pessoas moram e trabalham em locais em que não há transporte público adequado. Com o fácil acesso à compra de um carro, é cada vez mais raro encontrar um carro com mais de um ocupante. Os dois fatores básicos que afetam o trânsito e causam congestionamento: excesso de veículos em horários específicos e acidentes ou ocorrências (pneu furado, falta de combustível, pistas bloqueadas para reparos, condições do tempo, etc.) que podem bloquear a pista (RESENDE; SOUSA, 2009).

Justificativas a parte, o fato é que, ao migrar para o transporte em automóveis particulares, essa população contribui para a ocorrência de alguns fatores de risco para si: aumento da poluição do ar; aumento do número de veículos em circulação, ocasionando lentidão e congestionamentos e o aumento de acidentes de trânsito, pela posse e condução irresponsável de veículos.

O volume de veículos que circulam em São Paulo associado às desfavoráveis condições de dispersão dos poluentes compromete a qualidade do ar da região metropolitana. A segurança e saúde da população estão também comprometidas pela ocorrência de congestionamentos e de acidentes provocados pelas más condições de circulação na cidade.

[...] Muitas vezes relaciona-se a questão de trânsito apenas à poluição atmosférica nas cidades, esquecendo-se que o impacto negativo do trânsito é mais abrangente, envolvendo a deterioração da qualidade de vida pelo stress vivido nos congestionamentos, pelo ruído gerado pelos veículos desregulados e pela insegurança que se vive diariamente na guerra que produz 2.400 mortos por ano. (SÃO PAULO, 1996 p. 40)

Em 2008 ocorreram mais de 29.000 acidentes de trânsito e 1.463 óbitos, sendo que mais de 50% das vítimas fatais foram por casos de atropelamento. No município de São Paulo. Dados da Organização Mundial de Saúde (OMS) apontam que um quarto das pessoas feridas em acidentes de trânsito fica com sequelas graves importantes, como perdas de órgãos ou problemas de locomoção (CET, 2008a).

Especialistas apontam que cerca de um quarto das pessoas feridas em acidentes de trânsito ficam com sequelas importantes, como perda de movimentos, órgãos ou dificuldade de lo-

comoção. As lesões decorrentes desse tipo de situação são de alto impacto e quase sempre vem acompanhadas de traumas graves. Todas as implicações são possíveis e, irreversíveis ou não, deixam sua marca de acidentes de trânsito, adquirem alguma deficiência permanente (GIOSTRI, 2009).

Segundo pesquisa realizada pela Fundação Dom Cabral (Belo Horizonte, Minas Gerai), realizada entre 2004 e 2007, devido ao acúmulo de carros, os congestionamentos demoram cada vez mais a se dissipar e o resultado do aumento do número de automóveis em circulação são sucessivos recordes de engarrafamentos. Nos últimos doze anos, a média de lentidão no pico da manhã (entre 07h00 e 10h00 horas) aumentou 40% e atingiram-se marcas como 260 quilômetros de congestionamento. De 2006 para 2007, a velocidade média dos veículos nas ruas da capital caiu de 29 km/hora para 27 km/hora.

Os congestionamentos ocorrem quando a capacidade máxima de veículos por via é atingida ou quando há algum tipo de barreira (acidentes, buracos, desvios, etc.). Os prejuízos causados pelos congestionamentos são enormes: além das horas perdidas no deslocamento, há também um maior gasto com combustível e aumento da emissão de gases poluentes, com graves consequências para a saúde da população (MOVIMENTO NOSSA SÃO PAULO, 2009, p. 29).

Quanto à poluição do ar, a cidade de São Paulo apresenta em algumas regiões alto índice de material particulado e monóxido de carbono, pela presença de um número elevado de veículos em circulação. Segundo Jacobi et al (1997)

A qualidade do ar na Região Metropolitana de São Paulo é determinada por um complexo sistema de emissão de poluentes por fontes móveis (veículos automotores) e estacionárias. [...] A ocupação da frota é baixa, com média de 1,5 passageiros veículos, decorrentes, sobretudo, da carência e precariedade do sistema de transporte público, acentuada pela tendência cada vez mais comum de opção pelo transporte individual [...]. O trânsito intenso gerado pelo excesso de veículos nas vias públicas e pela subutilização da capacidade de transporte particular provoca a saturação do sistema viário, agrava os congestionamentos existentes e aumenta a emissão de poluentes de origem veicular. Os veículos são responsáveis por 90% da poluição (p. 6).

Diante deste quadro, os órgãos responsáveis pela gestão do trânsito nos municípios, no caso da cidade de São Paulo, a Companhia de Engenharia de Tráfego, promovem medidas para a melhoria das condições e modernização do trânsito da cidade, como o monitoramento por câmeras que permitem o gerenciamento do trânsito, a alteração do tempo semaforico conforme o fluxo de veículos em um determinado cruzamento de vias, e a criação de bolsões de estacionamento próximo às estações do metrô, estimulando as pessoas ao uso deste meio coletivo.

Sendo assim, ações efetivas precisam ser constantemente tomadas, mas, muitas vezes, as necessidades quanto à mobilidade segura e ao cuidado com o meio ambiente, não dependem apenas dos órgãos gerenciadores de trânsito e transporte, mas de atitudes e posturas adotadas pelos cidadãos, moradores e usuários desta cidade.

A participação cidadã, que se mobiliza para exigir ações dos órgãos responsáveis sobre questões de trânsito, transportes e meio ambiente, é legítima, mas também, deve ser entendida como o cumprimento de medidas e a aquisição de hábitos que contribuam para o bem-estar de todos. Praticar cidadania ao circular pela cidade é

medida emergencial para a melhoria das condições de circulação na cidade de São Paulo. E a educação para o trânsito pode se um grande instrumento para esta finalidade.

Cidadania é o processo histórico social que capacita a massa humana a forjar condições de consciência de organização e de elaboração de um projeto e de prática no sentido de deixar de ser massa e de passar a ser povo com sujeito histórico responsável pelo seu próprio destino (BOFF, 2000, p. 51).

2. Agenda 21

No Rio de Janeiro, aconteceu em 1992, a ECO 92 – Conferência das Nações Unidas sobre meio ambiente e desenvolvimento, onde 178 países assinaram um acordo de construção da agenda 21. Este acordo propõe como principal objetivo o desenvolvimento sustentável: economia viável, justiça social e equilíbrio ambiental.

Esta proposta de desenvolvimento reflete além da preservação do verde e animais em extinção, mas questões como consumo, habitação, pobreza, saúde, transportes. Propõe por meio do desenvolvimento sustentável, ações de planejamento integrado onde se equilibram o desenvolvimento social, econômico, ambiental e tecnológico garantindo qualidade de vida e sobrevivência do planeta no século XXI.

Na construção da Agenda 21, há o envolvimento do poder público, privado e sociedade civil, sendo que a base é o princípio da sustentabilidade, a sustentabilidade socioambiental.

O conceito de sustentabilidade considera este princípio como sistêmico incorporando ao seu significado, além da esfera ambiental, a econômica, social e cultural. Utilizar os recursos necessários ao desenvolvimento e manutenção dos povos atuais, sem esquecer quem vem nas gerações futuras, entendendo-se cada esfera em sua magnitude: ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente aceito.

A agenda 21 brasileira propõe seis temas como centrais:

1. Agricultura sustentável
2. Cidades sustentáveis
3. Infraestrutura e integração regional
4. Gestão dos recursos naturais
5. Redução das desigualdades sociais
6. Ciência e Tecnologia para o desenvolvimento sustentável.

Os países signatários comprometem-se a produzir estratégias nacionais para o desenvolvimento sustentável e as autoridades locais devem estabelecer agendas locais, adotando-se o princípio de pensar o todo, pensar globalmente, mas com ações que devem ser para o todo e para o local. Desta forma a comunidade global será um reflexo das tendências e escolhas feitas nas comunidades locais do mundo.

Segundo o Capítulo 28 (ONU, 1992), as autoridades locais:

são elas que constroem, operam e mantém a infraestrutura econômica e ambiental e social, supervisionam os processos de planejamento, estabelecem políticas e regulamentos am-

bientais locais [...]. Como o nível de governo mais próximo, das pessoas, tem um papel vital na educação mobilização do público na promoção do desenvolvimento sustentável [...]. E em 1996 a maioria das autoridades locais de cada país deve ter realizado um processo de consulta com suas comunidades e alcançado um consenso sobre agenda 21 local.

O processo de Agenda 21 local envolve o desenvolvimento de políticas locais para o desenvolvimento sustentável e de construção de parcerias entre autoridades locais e outros setores para implantá-la. Há a necessidade de criar um sistema de gestão, planejamento e políticas públicas, envolvendo todos os setores da comunidade. Não é um ato informal, mas ações de planejamento da cidade.

2.1 A agenda 21 da cidade de São Paulo

O documento que resultou na Agenda 21 da cidade de São Paulo foi finalizado como tal, em 1996, após a realização de atividades desenvolvidas por grupos internos das Secretarias Municipais, grupos intersetoriais, entre outros. Foram organizados quatro grandes blocos temáticos: Desenvolvimento Urbano, Desenvolvimento Social, Qualidade Ambiental e Estrutura Econômica e Administrativa.

Dentro do tema Desenvolvimento Urbano, a discussão busca centrar-se na estruturação do espaço urbano do Município de São Paulo e suas formas diversas de ocupação. A subdivisão do tema contempla os itens: Uso e Ocupação do Solo, Habitação e Transportes

Com relação ao item três, referente ao Trânsito e Transportes, o texto introdutório do capítulo, demonstra o peso desta variável no desenvolvimento e nas condições ambientais da cidade.

O volume de veículos que circulam em São Paulo associado às desfavoráveis condições de dispersão dos poluentes compromete a qualidade do ar da região metropolitana. A segurança e saúde da população estão, também, comprometidas pela ocorrência de congestionamentos e de acidentes provocados pelas más condições de circulação na cidade (SÃO PAULO, 1996, p. 39).

Com relação ao sistema viário, o diagnóstico é que o mesmo não acompanhou a expansão da cidade nas mesmas proporções. O sistema de trilhos não passa de 500 km, o que dificulta a expansão para um transporte de massa, que não priorize o ônibus.

Segundo o documento:

Muita preocupação tem sido despertada pela contaminação e degradação ambiental a que o meio urbano está sujeito. Os efeitos adversos que os sistemas de transportes produzem na atmosfera das cidades têm sido alvo de atenção e de consenso geral: em muitas localidades o transporte seja não só o responsável pela contaminação da atmosfera, mas também, causador de prejuízos à paisagem e degradação do ambiente urbano. Essa visão parcial vê os problemas urbanos como consequência direta da ação dos sistemas de transporte e não como decorrência do processo geral de urbanização, que condiciona esse mesmo sistema de transporte (SÃO PAULO, 1996, p. 41).

Diz ainda o documento:

Muitas vezes relaciona-se a questão do trânsito apenas à poluição atmosférica das cidades, esquecendo-se que o impacto negativo do trânsito é mais abrangente, envolvendo a deterioração da qualidade de vida pelo stress vivido nos congestionamentos, pelo ruído gerado pelos veículos desregulados e pela insegurança que se vive diariamente na guerra que produz 2.400 mortos por anos (SÃO PAULO, 1996, p. 42).

Dentro dos objetivos traçados para as ações de transportes encontram-se, pelo menos dois que retratam, de forma direta ou indiretamente, a importância da educação para o trânsito como meio para melhoria das condições de trânsito e meio ambiente:

- Aprimoramento dos procedimentos e técnicas de fiscalização e educação para o trânsito, tanto de motoristas e ciclistas quanto de pedestres.
- Desenvolvimento de comportamentos seguros no trânsito através da interação dos papéis de pedestre, ciclista e motorista, da prática da cidadania pela vivência em um espaço urbano, visando à redução dos acidentes de trânsito, a garantia de segurança aos usuários do sistema viário e a eliminação de comportamentos individuais nocivos ao conjunto dos cidadãos.

Sobre as ações propostas, o tópico seis, ressalta a Educação Ambiental no Transporte e no Trânsito. O item reforça a importância de desenvolver programas voltados à educação para o trânsito como os que a CET já desenvolve, com objetivo de melhorar as condições de segurança do usuário, através de ações pedagógicas com crianças e adolescentes. Este item estabelece que devem ser:

- Estimulados programas direcionados à educação voltada para o comportamento no trânsito, como os que a CET já desenvolve com o objetivo de melhorar as condições de segurança do usuário, através de ações pedagógicas com crianças e adolescentes: Para a faixa etária de 3 a 6 anos a estratégia de trabalho adotada é o teatro “Trânsito Contado em Contos” e “O Contador de Estórias”. De 7 a 11 anos (alunos do 1º Grau) é adotado o Espaço Vivencial de Trânsito - Unidade Móvel (uma cidade montada no pátio da escola). Para adolescentes é adotado o Espaço Vivencial de Trânsito – Unidades Fixas (espaço urbano simulado com instalações compostas de edificações e pistas contendo sinalização horizontal, vertical e semaforica, minicarros, vídeo games e vídeo clip). Foi também desenvolvido recentemente o “Role Play Game”, um jogo que cria situações onde os jogadores devem buscar soluções para seus personagens. Outro programa desenvolvido “Travessia de Escolares”, atua de modo a organizar o movimento de veículos e pedestres na área escolar, ampliando o trabalho pedagógico desenvolvido através dos programas de educação.
- Desenvolvidos trabalhos educativos conjunto com escolas e associações que atendem ao deficiente físico e mental.
- Desenvolvidas campanhas educativas e de conscientização junto aos usuários do sistema viário, tais como “Use o Cinto de Segurança na Cidade”, “Nunca Feche o Cruzamento”, “Use Farol Baixo na Cidade”.
- Desenvolvidos Programas de Mensagens Educativas: Aproveitar todos os espaços disponíveis nos impressos da CET, distribuídos como orientação aos motoristas, para mensagens educativas sobre a preservação do meio ambiente.

- Incluídos no programa dos cursos ministrados aos motoristas de ônibus e de táxi, matéria referente à conscientização sobre o impacto do sistema sobre o meio ambiente.
- Incluídas informações educativas sobre o meio ambiente nos espaços vivenciais de trânsito do Centro de Treinamento e Educação de Trânsito - CETET.

Portanto, a educação para o trânsito foi contemplada na Agenda 21 de São Paulo como meio para a melhora nas condições de circulação da cidade, reforçando a importância, não apenas de investimentos em obras viários e veículos para transporte coletivo, mas também, a validade em disseminar comportamentos seguros e solidários para um trânsito e um ambiente mais equilibrado para todos.

A educação ambiental está prevista em vários níveis legais e na Agenda 21 da cidade de São Paulo são contempladas inclusive, com o caráter de melhoria da qualidade de vida da cidade e como meio de disseminação de educação ambiental, os programas de educação de trânsito da CET. Ações que buscam a conscientização para a vida em comunidade, que busquem melhorar a qualidade de vida da população do município de São Paulo, são imprescindíveis e urgentes, podendo realizar-se no âmbito familiar, mas principalmente, é importante que se desenvolvam em diferentes e múltiplos contextos, incluindo-se, neste caso, o contexto escolar, a fim de aproveitar o agrupamento diário realizado pela instituição escolar e a importância de transformar o professor em agente para a disseminação de conteúdos de educação ambiental, segurança e cidadania, como orientam as leis e a agenda 21 da cidade.

3. A Companhia de Engenharia de Tráfego e a educação para o trânsito

A Companhia de Engenharia de Tráfego (CET) foi criada em 1976, tendo como missão sinalizar a cidade de São Paulo. Neste período a fiscalização e a educação de trânsito eram executadas por órgão do governo estadual. Aos poucos, o Estado delegou ao município poderes de órgão fiscalizador e esta área foi incorporada a Companhia.

Em 1980 foi criado o Centro de Treinamento e Educação de Trânsito, CETET, com objetivo de tornar-se o espaço físico oficial da Companhia, onde estariam sediadas as ações de educação para o trânsito. Antes da criação do CETET, as atividades eram desenvolvidas pela assessoria de Comunicação Social.

Atualmente, a Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo possui três frentes de atuação para o gerenciamento e segurança do trânsito da cidade de São Paulo: Engenharia, Fiscalização e Educação de Trânsito.

Especificamente sobre a área de educação de trânsito da CET, esta é composta por quatro departamentos, independentes, cada qual com seu público-alvo e metodologia específica às características psicológicas e ao risco ao qual estão expostos no trânsito, conforme orientação das estatísticas de acidentes de trânsito na cidade. São atendidos mais de 20 mil munícipes por ano, em programas de educação não-formal, sendo crianças e jovens, motociclistas, grupos de terceira idade, professores da rede escolar, entre outros.

Sobre a educação não-formal é importante ressaltar que a escola é um espaço importante para o processo educacional, mas não é o único. A educação não escolar sempre existiu, mas a partir do século XIX, a escolarização generalizou-se e o discurso pedagógico centrou-se mais nas unidades escolares. A educação formal e não-formal são intencionais, possuem objetivos claros de aprendizagem ou formação, podendo ser fora do marco institu-

cional ou afastar-se dos procedimentos escolares convencionais, permanecendo à margem do organograma do sistema educacional graduado e hierarquizado.

Segundo Trilla, a educação não-formal pode ser compreendida como

[...] conjunto de meios e instituições que geram efeitos educacionais a partir de processos intencionais, metódicos e diferenciados, que contam com objetivos pedagógicos prévia e explicitamente definidos, desenvolvidos por agentes cujo papel educacional está institucional ou socialmente reconhecido, e que não faz parte do sistema educacional graduado ou que, fazendo parte deste, não constitui formas estritas e convencionalmente escolares (TRILLA, 1985, p. 19).

Ainda sobre a educação não-formal, Trilla (1985) nos diz:

Os meios educacionais não-formais podem cobrir uma ampla gama de funções relacionadas com a educação permanente e com outras dimensões do processo educacional global, marginalizadas ou deficientemente assumidas pela instituição escolar (p. 24).

A seguir, alguns dos programas de educação não-formal, desenvolvidos pelo CETET:

- Público Infantil - Programas para a faixa etária de 4 a 6 anos. Escolas e instituições de educação maternal e infantil.
- Contador de Histórias – As aventuras de Zig: Por meio da história do cavaleiro alado Zig, são trabalhados conceitos de segurança no trânsito, cidadania e meio ambiente.



Figura 1 - Contador de história
Fonte: CET, 2009a

- Teatro de Fantoques – Festa na Floresta: Os bichos da floresta irão viver uma grande aventura, quando precisam sair da mata e enfrentar o agito da cidade a fim de comprar o presente de aniversário do Leo, o leão. Nesta aventura, aprendem a usar os signos da cidade, com o a faixa de segurança, calçada, semáforos, entre outros. O ambiente lúdico desperta para questões relacionadas à convivência harmônica entre todos inclusive, sobre a importância do respeito à natureza, aos animais e ao meio ambiente.



Figura 2 - Teatro de Fantoques – Festa na Floresta

Fonte: CET, 2009a

- Ensino Fundamental I - Programa para faixa etária de 7 a 10 anos. Escolas e instituições do 1º ao 5º ano.
- Espaço Vivencial de Trânsito Unidade Móvel: No ambiente escolar, utilizando o pátio ou a quadra de esportes da unidade escolar, é construída uma cidade, com painéis que simulam casas, comércios, serviços e carrinhos de espuma. O ambiente de vias e calçadas e sinalizado com faixas adesivas brancas. Desenvolve-se, então, uma dramatização, na qual os alunos são levados à reflexão sobre comportamentos seguros e inseguros no trânsito e a forma mais segurança para a circulação. Cidadania e meio ambiente são temas que permeiam esta atividade.



Figura 3 - Espaço Vivencial de Trânsito – Unidade Móvel

Fonte: CET, 2009a

- Ensino Fundamental II - Programa para faixa etária de 11 a 17 anos. Escolas e instituições do 6º ao 9º ano.
- Espaço Vivencial de Trânsito Unidade Fixa: Local com pista sinalizada, veículos elétricos, videogame educativo e auditório. Neste local são recebidos cerca de 100 adolescentes por dia. Por meio de exposição dialogada e participação em atividades lúdicas os monitores do local promovem reflexão sobre trânsito e cidadania. Há a preocupação em enfatizar a importância da coleta seletiva e questões relacionadas a preservação do meio ambiente, como prática cidadã e de saúde pública para todos.



Figura 4 - Espaço Vivencial de Trânsito - Unidade Fixa
Fonte: CET, 2009a

- Ensino Médio – Programa para faixa etária de 15 a 21 anos. Escolas e instituições do 1º ao 3º ano, e cursos profissionalizantes do segundo grau.
 - GP Segurança no Trânsito: Por meio de jogo educativo são trabalhados conceitos de direção defensiva, código de trânsito entre outros.
 - Mídia e trânsito: Nesta atividade é feito um debate com os alunos, tendo como elemento de discussão as propagandas e os valores disseminados pela mídia. É feita reflexão sobre a propaganda e a formação de valores.



Figura 6 - GP Segurança no trânsito – Ensino Médio
Fonte: CET, 2009a

- Teatro Boto em trânsito: Tendo como inspiração a lenda amazonense sobre o Boto, é criado um ambiente urbano para a lenda, e os temas que permeiam este evento são as angústias e dilemas vividos pelos adolescentes, na fase de transição para a vida adulta e o cuidado com o meio ambiente.



Figura 7 - Peça Teatral: *O Boto em trânsito* – Ensino Médio
Fonte: CET, 2009a

4. Apresentação e análise do programa Fazendo Escola: Educando para novos valores no trânsito

Registra o Boletim Técnico nº 45, da CET:

Entendemos ser de suma importância estabelecer e ampliar a discussão dos vários aspectos do tema trânsito na rede escolar do município. Inserido de forma transversal e multidisciplinar no currículo escolar, o assunto estimula o debate sobre questões sociais e promotoras da democracia e da cidadania, extrapolando o ambiente de sala de aula e orientando a construção do conhecimento de maneira significativa e contextualizada. É fundamental, também, considerar a diversidade proporcionada pela contribuição que cada disciplina pode e deve oferecer, para se chegar a uma discussão consistente sobre trânsito e a busca de soluções (BRITO et al., 2009 p. 13).

Em 2006, a CET implantou e coordenou o programa “Fazendo Escola: educando para novos valores no trânsito”, cujo objetivo era atender um número maior de municípios e disseminar, principalmente para crianças e jovens, sempre, mais conceitos de segurança e cidadania no trânsito. Até abril de 2009, o segmento do programa destinado à capacitação de professores recebeu o apoio da Secretaria Municipal de Educação.

O curso possui carga horária de 20 horas, a serem desenvolvidas em 16 horas presenciais - com aulas teóricas; e em 4 horas a serem cumpridas em uma atividade extraclasse, chamada de reconhecimento de entorno.



Figura 8 - Capacitação Fundamental II e EJA, Atividade com Bexigas.
Fonte: CET, 2007



Figura 9 - Capacitação Fundamental II e EJA, Atividade em sala de aula
Fonte: CET, 2007

A proposta inicial de atendimento desse programa era alcançar todas as escolas a rede municipal de ensino da cidade de São Paulo, no período de três anos, entre os anos de 2006 a 2008. Esta meta seria alcançada com a capacitação de pelo menos dois professores de cada unidade escolar, que seriam transformados, então, em agentes multiplicadores para os demais educadores da unidade escolar.

Para este artigo foi considerado o segmento de Ensino Fundamental II e EJA, participante no período de abril de 2007 a fevereiro de 2010. Nesse período, foram capacitados 214 educadores de mais de 40 escolas do município de São Paulo, atendimento considerado muito aquém daquele projetado inicialmente.

Dentre os fatores apontados para a baixa adesão ao programa, por parte dos professores do município, destacaram-se: a falta de tempo para a participação em atividades de capacitação e a não liberação do ponto (dia de trabalho) do professor para a participação em cursos, em dias letivos. O curso, nos primeiros seis meses da implantação, foi desenvolvido em dias úteis, de segunda à sexta-feira, em dois horários: manhã e tarde. Após esse período, atendendo a demanda dos professores que preferiam fazer a capacitação aos sábados, buscando, inclusive, maior adesão aos cursos, a capacitação passou a ser ministrada em dois sábados, com 8 horas/aula cada. Mesmo com tal alteração, a demanda continuou abaixo do esperado, não atingindo a meta de capacitação de pelo menos dois professores de cada unidade de ensino do município de São Paulo.

Conforme descrito no item Metodologia, foram consultados 214 docentes que participaram da capacitação de professores – Fazendo Escola: educando para novos valores no trânsito – Ensino Fundamental II e EJA, no período de abril de 2007 a fevereiro de 2010. Aceitaram participar da consulta, respondendo ao questionário aplicado

em duas etapas, 86 professores. A primeira etapa de aplicação do questionário deu-se ao final de cada curso de capacitação; a segunda etapa foi realizada por meio de entrevista por telefone. O questionário era composto de perguntas abertas e estruturadas que permitiram avaliar a opinião dos professores sobre o referido curso de capacitação. Perguntava-se, também, se o conteúdo do curso foi aplicado em projetos ou atividades de educação para o trânsito nas unidades escolares nas quais esses docentes lecionavam. As perguntas abertas permitiram a construção do Discurso do Sujeito Coletivo, como resposta-síntese aos questionamentos propostos nesta investigação.

Os professores entrevistados lecionam na cidade de São Paulo, no ensino fundamental II, as matérias de Língua Portuguesa, Educação Física, Matemática, entre outras.

Para manter o sigilo da identidade dos entrevistados as entrevistas foram numeradas, dessa maneira, recebendo cada professor entrevistado números de 1 a 86.

Após a aplicação dos questionários, os dados coletados foram inseridos no software Qualiquantsoft. As informações foram trabalhadas uma a uma na construção da Ideias Centrais e do Discurso do Sujeito Coletivo.

O trabalho de tabulação do software iniciou com a inserção do título da pesquisa e de cada pergunta que compunha o questionário de consulta. Em seguida, foram inseridos os dados de identificação dos entrevistados e as respostas uma a uma de cada pergunta. Na inserção das respostas, já era possível separar as Ideias Centrais e as Expressões-Chave de cada resposta e classificá-las. Assim, ao final da etapa de inserção dos dados, a tabulação dessas informações foi realizada automaticamente. Com base nas Ideias Centrais e Expressões-Chave, que são os trechos mais significativos de cada resposta, elaborou-se, com o uso do software, o Discurso do Sujeito Coletivo de cada Ideia Central.

Para a construção do Sujeito Coletivo foram selecionadas as principais Ideias Centrais (IC) de cada resposta. A reunião das ICs em Categorias foi feita pela semelhança semântica. Elaboradas as categorias que classificam todas as ICs selecionadas, foram construídos os Discursos do Sujeito Coletivo (DSCs) para cada categoria, assim, representando a resposta da coletividade. Para cada objetivo da pesquisa foi preparada uma pergunta ou um conjunto de perguntas.

Sobre os resultados, o programa Fazendo Escola traz, em sua proposta pedagógica, uma grande contribuição ao debate entre professores, alunos e comunidade escolar sobre questões da vida urbana, meio ambiente, trânsito e cidadania. Além de fornecer subsídios atinentes a conteúdos específicos na forma de aulas expositivas, dinâmicas de grupo, manual para o professor, a capacitação disponibiliza espaços para a reflexão e debate no tocante aos temas abordados a partir de aulas dialogadas e estratégias de trabalhos em grupo e estudos de caso. Portanto, torna-se essencial que ocorra a sensibilização do professor para questões que envolvam o tema trânsito na cidade, em atenção a seus problemas e soluções, dessa forma, mostrando-lhe o quanto a sua atuação pode ser parte dessas soluções, principalmente, na busca de conscientização no tocante a atitudes e comportamentos cidadãos, o respeito mútuo entre todos, aqui, incluindo o respeito ao meio ambiente em que se vive.

Um ponto bastante positivo no Programa Fazendo Escola é a variedade de temas abordados. A capacitação focaliza, além de questões específicas sobre trânsito e transportes, como, por exemplo, atravessar corretamente uma rua, outros temas como o efeito da ação humana no meio ambiente, a responsabilidade do indivíduo na construção do espaço coletivo, temas associados à história, espaço urbano, saúde, entre outros. Assim, o professor

capta as muitas variáveis que compõem a temática trânsito, entendendo o enfoque interdisciplinar e as múltiplas possibilidades de agregá-la ao contexto escolar.

Outro ponto muito positivo do curso é o estímulo à produção de projetos e atividades considerando a realidade local. Essas ações promovem o reconhecimento do local em que se vive e a busca de ações e soluções considerando esta realidade, por conseguinte, respeita-se a especificidade de cada local, suas culturas, suas necessidades, sem a imposição de um padrão de ação, o que não respeitaria a individualidade contextual. Nessa perspectiva, como proposta da Agenda 21 e da educação ambiental, agimos localmente para atingirmos o todo planetário.

Um ponto negativo encontrado no programa é a falta de instrumentos de acompanhamento para a implantação de projetos nas unidades escolares. É optativo ao professor comunicar a elaboração de um projeto referente à capacitação feita. Como a elaboração e implantação de projetos são importantes para a construção de resultados, é preciso criar uma forma de acompanhamento e notificação de implantação dos mesmos.

De modo geral, a avaliação dos professores, tendo como base as respostas ao questionário entregue ao final de cada evento de capacitação, é muito positiva. A grande maioria avaliou que os conteúdos abordados foram suficientes (99%), a metodologia foi adequada (100%), os recursos didáticos utilizados foram considerados ótimos e bons (100%), a carga horária suficiente (93%).

Na 5ª pergunta do questionário de avaliação, perguntou-se ao professor “Quais conteúdos abordados durante o curso que considerou mais importantes”; e a maioria das respostas aponta para: “Todos os conteúdos” (34%), “Conteúdos de Trânsito” (28%) e “Conteúdos de Trânsito, Gerais e Dinâmicas” (26%), apenas 5% não responderam a esta questão. E, quanto àqueles que responderam, podemos anuir que 95% consideraram todos ou pelo menos um dos conteúdos importantes. Portanto, podemos inferir que, de modo geral, os conteúdos com relação ao tema trânsito despertaram interesse aos docentes, além dos professores qualificarem todos os temas abordados durante o curso como importantes.

Quanto à 6ª questão, “De que forma o curso contribuirá para a sua atuação, enquanto educador”, os professores reputaram que o curso contribuiu à atuação docente, sendo que 90% revelaram que o curso será importante para sua atuação como educador; em 20% das respostas, que contribuirá com “subsídios para trabalhar valores e conscientização”; “Construção de atividades de trânsito e comportamentos seguros” e “subsídios para sala de aula”, respectivamente, com 27% e 30% cada. Com um percentual de 13% das respostas, os sujeitos desta pesquisa enunciaram que o conhecimento melhora a atuação do professor, o que nos leva a crer que a capacitação é vista como elemento importante no aprimoramento profissional e para o desenvolvimento de suas práticas em sala de aula. Foram de 10% o percentual de respostas em branco a esta questão.

Na sondagem pós-curso, momento em que aplicamos o segundo questionário, numerado com questões de 8 a 12, pelo qual pretendíamos avaliar a implantação de projetos nas unidades escolares, obtivemos para a questão 8 - “Após a sua participação no curso Fazendo Escola: educando para novos valores no trânsito, professores do Ensino Fundamental II e EJA, você desenvolveu algum projeto sobre trânsito e/ou meio ambiente em sua unidade escolar?” -, 36% de respostas positivas, enquanto 64% responderam “Não” a esta questão. A justificativa para a não realização de projetos foi, principalmente, a falta de integração com os demais conteúdos e professores da escola, a mudança de escola e as mudanças de direção e coordenação. Foi citada também a falta de oportunidade ou tempo em adaptar o conteúdo de trânsito à grade curricular, considerando todas as demandas do currículo escolar e demais projetos interdisciplinares, como campanhas de conscientização sobre DST, entre outros.

Quando questionamos aos docentes que desenvolveram projetos após sua participação no curso de capacitação de professores Fazendo Escola: educando para novos valores no Trânsito, “Quais os temas abordados em seu projeto”, 55% apontaram os assuntos “Trânsito e Cidadania” como temas de seus projetos. Em seguida, “Trânsito, Cidadania e Meio Ambiente” com 42% das respostas; e, por fim, o tema “Inclusão”, com 3%. Podemos inferir, que quando há o desenvolvimento de projetos por parte do professor, este considera como eixo de seu trabalho a principal premissa desenvolvida na capacitação Fazendo Escola, que é desenvolver o tema trânsito de modo interdisciplinar visando a promover o diálogo e a reflexão a respeito da participação de todos na construção de um trânsito cidadão. Os temas relacionados ao meio ambiente também são incorporados de forma a promover a simbiose de saberes com relação a trânsito, cidadania e meio ambiente. Podemos, assim, considerar o programa um meio de divulgação para a educação ambiental, educação para o desenvolvimento sustentável, em consequência, possibilitando a construção de conhecimentos além dos temas exclusivamente relacionados ao trânsito.

Em relação ao tempo de desenvolvimento dos projetos, estes variaram de um ano letivo a uma semana, 39% apontaram a duração de um mês, mas houve, também, a indicação da adoção de projetos em caráter permanente (3%).

Ao investigarmos se o projeto desenvolvido fazia parte da grade curricular, 52% revelaram que não, tendo como justificativa a dificuldade em integrar conteúdos das disciplinas, horários e demais profissionais da educação (professores, coordenadores e direção da escola). Os 48% que responderam positivamente apontaram um resultado bastante favorável desta integração, enfatizando a questão do diálogo entre todos.

Ao perguntarmos se o professor percebera alguma mudança de atitude de seus alunos com o projeto, obtivemos um percentual de 49% sobre a não-percepção de mudança de atitude, contudo imaginam que tal fato seja uma consequência a ser verificada a longo prazo. Todavia 51% referiram que os alunos estão mais atentos e se preocupam em desenvolver projetos para a comunidade que envolvam os temas meio ambiente e segurança no trânsito.

A consulta feita a 86 docentes que participaram do curso Fazendo Escola: educando para novos valores no trânsito, Ensino Fundamental II e Educação de Jovens e Adultos, demonstra que, apesar da aceitação do formato do curso e das opiniões dos professores serem bastante favoráveis à capacitação e seus conteúdos, a aplicação do curso, elaboração e implantação de projetos nas unidades escolares é baixa. O atendimento ao chamado para o curso é baixo, pois, com três anos de existência, o programa atendeu 1% dos docentes do município de São Paulo, um universo de aproximadamente 40.000 pessoas. Do universo de professores que participaram da capacitação, menos da metade daqueles que responderam à pesquisa, após a realização do curso, desenvolveram alguma atividade ou projeto na escola em que lecionam ou comunidade. Um dos propósitos do Programa Fazendo Escola é a implantação de projetos nas unidades escolares, com isso, levando à prática o conhecimento teórico disseminado no curso de Capacitação, o que podemos inferir que, em parte, não está acontecendo. Portanto, a capacitação não garante que o professor desenvolva projetos em sua escola, após a participação no curso.

Os professores entrevistados destacaram a falta de tempo e oportunidade na grade curricular para a não-aplicação de projetos e atividades de educação para o trânsito e o não-envolvimento de outros colegas e disciplinas em projetos interdisciplinares. Aqueles que aplicaram o curso na unidade escolar onde lecionam, em sua maioria, enunciaram nas entrevistas que o programa ajuda a debater o tema trânsito e disseminar comportamentos seguros. Mas não demonstram perceber alteração imediata no comportamento dos alunos, pois não acompanham as atitudes além do ambiente escolar.

Parte dos projetos aplicados, 32%, cita o meio ambiente como ponto dos conteúdos aplicados, o que assinala o entendimento dos docentes relativamente à problemática e a possibilidade de trabalho com a temática ambiental em atividades de educação para o trânsito. Porquanto, a educação para o trânsito pode ser um caminho interessante e real para atendimento das demandas da educação ambiental.

Em vista disso, existem muitos aspectos positivos no Programa Fazendo Escola: educando para novos valores no trânsito, contudo melhorias precisam ser implantadas a fim de alcançar um maior número de professores e projetos implantados dentro das escolas.

Conclusão

Os programas de educação para o trânsito, desenvolvidos pela Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo – CET/SP são citados na Agenda 21 da cidade como ações que podem promover a disseminação de valores e hábitos para a melhoria da qualidade de vida na cidade, e na prática exercem este papel, promovendo o compartilhamento de saberes sobre trânsito, meio ambiente e cidadania. Especificamente, sobre o programa Fazendo Escola: Educando para novos valores no trânsito, podemos afirmar que, como resultado da pesquisa realizada, a ação educacional proposta pela capacitação é muito positiva, bem avaliada pelos professores, contudo o atendimento é ínfimo, considerando-se as metas iniciais do programa.

A melhora nas condições ambientais de segurança e saúde, na convivência e circulação na cidade de São Paulo, depende de ações de gerenciamento de trânsito e transporte, mas também, da educação disponibilizada em espaço formal e não-formal, oferecida a todos os segmentos da população, inclusive, jovens e crianças, indivíduos em formação. A educação para o trânsito, promovida pela Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo

contribui de forma bastante significativa para a disseminação, não apenas de conteúdos de segurança e trânsito, mas conhecimentos e saberes sobre meio ambiente e cidadania.

Referências

- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, Brasília, DF: 1988.
- _____. Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997. Código de Trânsito Brasileiro. Brasília, 1997.
- _____. Lei Estadual nº 12.780, de 30 de novembro de 2007. Institui a Política Estadual de Educação Ambiental de São Paulo. São Paulo: DOE, 01 dez. 2007. Disponível em http://www.cetesb.sp.gov.br/licenciamento/legislacao/estadual/leis/2007_Lei_Est_12780.pdf. Acesso em: 30 mar. 2010.
- BOFF, Leonardo. Depois de 500 anos: que Brasil queremos? Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- _____. Relatório de Gestão 2005-2006. São Paulo: Prefeitura Municipal de São Paulo, CET, 2007.
- _____. Fatos e dados estatísticos. São Paulo: CET, 2008a.
- _____. Relatório Interno de Educação para o Trânsito. São Paulo: CET, 2008b.
- _____. Site institucional. São Paulo: CET, 2009a. Disponível em www.cetsp.com.br. Acesso em: 28 mar. 2010.
- _____. Relatório: Mortes no trânsito do município de São Paulo. São Paulo: CET, 2009b.
- FREIRE, Paulo. Conscientização. São Paulo: Moraes, 1980.
- GIOSTRI, Gianne. Acidentes de trânsito provocam sequelas irreversíveis. Bem Paraná, 2009. Disponível: <http://www.bemparana.com.br/index.php?n=81895&t=acidentes-de-transito-provocam-sequelas-irreversiveis>. Acesso em: 07 nov. 2009. Não paginado.
- IBGE. Cidades@. São Paulo, 2009. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/cidades/topwindow.htm?1>. Acesso abril de 2010.
- JACOBI, Pedro. Cidade e meio ambiente: percepções e práticas em São Paulo. São Paulo: Annablume, 2000.
- JACOBI, Pedro et al. Poluição do ar em São Paulo e resposta da ação pública. Cadernos CEDEC, n. 60, São Paulo, CEDEC, 1997.
- KIEFER, Josefina G. Programa Fazendo Escola Educando para Novos Valores no Trânsito: um estudo de caso com professores. Dissertação (Mestrado) – Programa de Educação, Arte e História da Cultura. Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2011.
- MOVIMENTO NOSSA SÃO PAULO. Indicadores Básicos da Cidade de São Paulo. São Paulo, Dumpa Design, 2009.
- ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Agenda 21 da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento: capítulo 28, iniciativas das autoridades locais em apoio à Agenda 21. Rio de Janeiro, 1992. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=18&idConteudo=871>. Acesso em: 02 mai. 2010.
- PIAGET, Jean. A epistemologia genética. Petrópolis: Vozes, 1971.
- RESENDE, Paulo Tarso Vilela; SOUSA, Paulo Renato. Mobilidade Urbana nas grandes cidades brasileiras: um estudo sobre impactos do congestionamento. Caderno de Ideias. Minas Gerais, Nova Lima: Fundação Dom Cabral, 2009. Disponível em: <http://acervo.ci.fdc.org.br/AcervoDigital/Cadernos%20de%20Ideias/2009/CI0910.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2010.

RODRIGUES, Angélica Cosenza. A Educação Ambiental e o fazer interdisciplinar na escola. Juiz de Fora: Junqueira e Marin Editores, 2008.

SÃO PAULO. Agenda 21 local: o compromisso do município de São Paulo. Grupo de trabalho Intersetorial. Aprovada pelo CADES. Resolução n. 17/96. São Paulo: DOM. 06 ago. 1996.

SILVA, Antonio Luiz. Programa de Educação não-formal para utilização de eletricidade: uma experiência em comunidades carentes (2003-2004). Dissertação (Mestrado) – Programa de Educação, Arte e História da Cultura. Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2005.

TRILLA, Jaume. Profissão Educador Social. Porto Alegre: Artmed, 2003. p. 11-47.

TOLENTINO, Nereide. Na escola, professores: o que é trânsito. 2006. Disponível em: <www.educacaoetransito.pr.gov.br/module/conteudo/conteudo.php?conteudo=84>. Acesso em: 02 mai. 2010. Não paginado.

VASCONCELOS, Eduardo. O que é trânsito. Coleção Primeiros Passos. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985.

VYGOTSKY, Lev Semenovich. A formação social da mente. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

LA CREATIVIDAD EN LAS ESCUELAS COMO GERMEN DE LA CIUDAD CREATIVA

Iván Cartas Martín

Profesor Ayudante de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR).

Pseo. De la Castellana 163 8ª planta. 28046 Madrid. España.

+0034 653177436 ivancartas@gmail.com

Resumen

Las escuelas representan una parte fundamental en cualquier ciudad y por extensión en cualquier sociedad como el motor de la misma. Al igual que en las propias urbes, en la escuela el desarrollo y cultivo de la creatividad desde las edades más tempranas se presenta como un objetivo necesario y primordial. Porque una ciudad creativa se forma gracias a ciudadanos creativos; y estos se forman desde la más tierna infancia.

Si adoptamos el concepto de creatividad que hace referencia a la resolución de problemas de forma novedosa y original, deberíamos replantearnos no sólo buena parte del currículum sino la manera de abarcarlo; no se trata de transmitirlo, sino de conseguir que los propios discentes alcancen dichos conocimientos de forma autónoma teniendo presente los índices crea-

tivos: fluidez, originalidad, etc. Con ello alcanzaremos el fin último que persigue la escuela: la integración de los niños en la sociedad de forma que pasen a ser integrantes de ella como miembros de pleno derecho, capaces de enfrentarse con éxito a los problemas que la sociedad moderna plantea. En dicha integración, el desarrollo de la creatividad se plantea como un elemento indispensable.

Para ello propondremos un repaso de las competencias y áreas curriculares planteando determinados índices creativos (como la fluidez de ideas, la flexibilidad de adaptación, la originalidad, la capacidad de síntesis, o el análisis y la redefinición); como referentes a través de los cuales, desarrollar dichas competencias y áreas del currículum de educación primaria.

Palabras clave

Educación primaria, creatividad, currículum, fluidez, flexibilidad, originalidad, análisis, redefinición

Abstract

Schools represent a fundamental part in any city and for extension in any society as motive of it. As in cities, in school the creativity development from early ages appears as a necessary objective. Because a creative city is formed thanks to creative citizens; and these form they selves from tender childhood.

If we adopt the concept of creativity about the problems resolution in a new and original way, we must think about curriculum and the way of understand it. We must get that the own pupils reach this knowledge in an autonomous way thinking about creative indexes: fluency, originality, etc. With it, we'll reach the last

end that pursues the school: the integration of children in society, in such a way that become integrant of it as full members; able to face successfully to problems that modern society raises. In this integration, the creativity development appears as an indispensable element.

For it will propose a review of competences and curricular areas, raising certain creative indexes (as ideas fluidity, adaptation flexibility, originality, synthesis capacity, or analysis and redefinition); as regards through it, to develop these competences and curricular areas of primary education.

Key words

Primary education, creativity, curriculum, fluidity, flexibility, originality, analysis, redefinition.

Introducción

La escuela, como parte fundamental de cualquier sociedad y por supuesto, una de las instituciones fundamentales en cualquier urbe, se presenta como centro neurálgico de cambios sociales. En este sentido, el tratamiento de la creatividad desde el propio currículum es fundamental para encauzar los cambios sociales y económicos que se dan en cualquier sociedad. Por ello, abordaremos inicialmente el concepto de creatividad para después aplicarlo al planteamiento de cada una de las áreas a través de las cuales se desarrolla el currículum de educación primaria.

Objetivos

El objetivo principal del presente artículo es analizar cada una de las áreas del currículum de educación primaria desde una perspectiva creativa, atendiendo a diversos índices creativos que permiten desarrollar el currículum de cada una de las áreas.

Metodología

La metodología aplicada en el estudio se ha basado en el estudio de la normativa vigente bajo la que se establece el currículum de educación primaria en la Comunidad de Madrid. Concretamente, se ha analizado la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE); el Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria; y el Decreto 22/2007, de 10 de mayo, del Consejo de Gobierno, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo de la Educación Primaria.

1. Dimensiones de la creatividad.

Nos interesa especialmente la visión de la creatividad que plantean pensadores como Gervilla, (2003) como la capacidad para generar algo nuevo, ya sea un producto, una técnica, un modo de enfocar la realidad. De la Torre (1995) la entiende como una capacidad y una actitud para generar ideas nuevas y comunicarlas.

Torrance (1976) la entiende como un proceso complejo por el que ser sensible a los problemas y a sus características; reunir una información válida definiendo dificultades e identificando elementos no válidos; buscar soluciones; hacer suposiciones o formular hipótesis sobre las deficiencias; contrastar dichas hipótesis y validarlas para finalmente, alcanzar los resultados. Otros estudios referenciales, como los de Guilford (1983) presentan la creatividad como una capacidad o aptitud para generar alternativas a partir de una información dada, en la que prima la variedad, la cantidad y la relevancia de los resultados.

Por otra parte, en términos de procesos mentales, la creatividad responde a un pensamiento divergente puesto que origina productos y actividades nuevas frente a un pensamiento convergente en el que prevalece lo evidente, lo esperado. Por ello, es el pensamiento divergente el propicio para la personalidad creativa dado que es capaz de elaborar múltiples soluciones.

Subyace de esta aproximación una visión del fenómeno como una capacidad o habilidad de resolver problemas de manera novedosa y original. Es una visión que enlaza con el concepto constructivista del conocimiento que impera en buena parte de las escuelas, y de los principios de intervención educativa que persiguen la construcción de aprendizajes significativos a partir de las ideas previas que tienen los alumnos. En este sentido, la creatividad se presenta como un interesante aliado en la creación de aprendizajes a través de los diversos indicadores que la desarrollan, como la fluidez de ideas, la flexibilidad de adaptación, la originalidad, la capacidad de síntesis, o el análisis y la redefinición. Presentaremos un repaso por las diversas áreas y competencias que plantea el actual currículum desde el punto de vista planteado teniendo en cuenta los índices citados.

2. Los índices creativos aplicados al currículum de educación primaria.

Una vez planteadas las diversas acepciones de creatividad así como los diferentes índices que la desarrollan, pasaremos a abordar las áreas del currículum teniendo en cuenta este acercamiento total o parcialmente en función del área que se aborde. Para ello, presentaremos someramente las características de cada área así como los objetivos que se persiguen en cada una de ellas.

2.1. Conocimiento del medio natural, social y cultural.

El planteamiento de este área desde un punto de vista creativo es sumamente interesante porque supone un acercamiento a la realidad rico y atrayente. El propio currículum presenta la noción de medio a la que se refiere el área como “el conjunto de fenómenos que constituyen el escenario de la existencia humana” (RD 1513/2006 Pág. 43064), además de la interacción de los seres humanos con ese conjunto de fenómenos. El medio se ha de entender, por tanto, como el conjunto de elementos, sucesos, factores y procesos diversos que tienen lugar en el entorno de las personas, en el que su vida y su propia actuación adquieren significado. Se entiende el entorno como algo que el niño o la niña puede conocer mejor porque ser fruto de sus experiencias sensoriales, directas o indirectas, porque le es familiar y porque está próximo en el tiempo o en el espacio, si bien el uso de las tecnologías de la información y la comunicación hace que esta proximidad dependa cada vez menos de la distancia física.

2.1.1. Objetivos para el área de Conocimiento del medio natural, social y cultural.

Los objetivos que establece el currículum para el área de conocimiento del medio son:

1. Identificar los principales elementos del entorno natural, social y cultural, analizando su organización, sus características e interacciones y progresando en el dominio de ámbitos espaciales cada vez más complejos.
2. Comportarse de acuerdo con los hábitos de salud y cuidado personal que se derivan del conocimiento del cuerpo humano, mostrando una actitud de aceptación y respeto por las diferencias individuales (edad, sexo, características físicas, personalidad).
3. Participar en actividades de grupo adoptando un comportamiento responsable, constructivo y solidario, respetando los principios básicos del funcionamiento democrático.
4. Reconocer y apreciar la pertenencia a grupos sociales y culturales con características propias, valorando las diferencias con otros grupos y la necesidad del respeto a los Derechos Humanos.
5. Analizar algunas manifestaciones de la intervención humana en el medio, valorándola críticamente y adoptando un comportamiento en la vida cotidiana de defensa y recuperación del equilibrio ecológico y de conservación del patrimonio cultural.
6. Reconocer en el medio natural, social y cultural, cambios y transformaciones relacionados con el paso del tiempo e indagar algunas relaciones de simultaneidad y sucesión para aplicar estos conocimientos a la comprensión de otros momentos históricos.
7. Interpretar, expresar y representar hechos, conceptos y procesos del medio natural, social y cultural mediante códigos numéricos, gráficos, cartográficos y otros.
8. Identificar, plantearse y resolver interrogantes y problemas relacionados con elementos significativos del entorno, utilizando estrategias de búsqueda y tratamiento de la información, formulación de conjeturas, puesta a prueba de las mismas, exploración de soluciones alternativas y reflexión sobre el propio proceso de aprendizaje.
9. Planificar y realizar proyectos, dispositivos y aparatos sencillos con una finalidad previamente establecida, utilizando el conocimiento de las propiedades elementales de algunos materiales, sustancias y objetos.
10. Utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y como instrumento para aprender y compartir conocimientos, valorando su contribución a la mejora de las condiciones de vida de todas las personas.

2.1.2. Tratamiento del área desde un punto de vista creativo.

La capacidad de análisis se presenta como algo fundamental para observar el entorno, tanto natural, social o cultural. Un análisis pormenorizado de dicho entorno propiciará necesariamente una fluidez de ideas; tanto en cantidad como en calidad que retraten la realidad estudiada. Un retrato en el que la flexibilidad de adaptación se presenta como la manera de acercarse a este entorno propiciando mayor riqueza de categorías y puntos de

vista ante lo que se está estudiando. Todo ello propiciará un acercamiento necesariamente original al entorno, en el que la capacidad de síntesis se presenta como algo fundamental para obtener conclusiones válidas acerca de la realidad que se está describiendo. Ello llevará necesariamente a la redefinición de aquello que se está estudiando.

2.2. Educación artística; plástica y música.

El RD 1513/2006 (Op. Cit) plantea esta área implicando a lo sensorial, lo intelectual, lo social, lo emocional, lo afectivo y lo estético. Propone propiciar mecanismos que permitan desarrollar diferentes capacidades bajo un enfoque educativo que incida directamente en la formación integral del alumnado. Con ello se favorece el desarrollo de la atención, se estimula la percepción, la inteligencia y la memoria a corto y largo plazo. El propio curriculum concibe el área como un medio de potenciar la imaginación y la creatividad además de la cooperación y la comunicación.

El área está integrada por dos lenguajes: el plástico y el musical. Ambos se articulan a su vez en dos ejes: percepción y expresión. El primero incluye todos los aspectos relacionados con el desarrollo de capacidades de reconocimiento sensorial, visual, auditivo y corporal, que ayudan a entender y disfrutar de las distintas manifestaciones artísticas (tanto plásticas como musicales). El segundo se refiere a la expresión de ideas y sentimientos mediante el conocimiento y la utilización de distintos códigos y técnicas artísticas, propias de sendos lenguajes. El plástico y el musical en cada caso.

2.2.1. Objetivos para Educación artística; plástica y música.

La enseñanza de la Educación artística en esta etapa tendrá como objetivo el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Indagar en las posibilidades del sonido, la imagen y el movimiento como elementos de representación y comunicación y utilizarlas para expresar ideas y sentimientos, contribuyendo con ello al equilibrio afectivo y a la relación con los demás.
2. Explorar y conocer materiales e instrumentos diversos y adquirir códigos y técnicas específicas de los diferentes lenguajes artísticos para utilizarlos con fines expresivos y comunicativos.
3. Aplicar los conocimientos artísticos en la observación y el análisis de situaciones y objetos de la realidad cotidiana y de diferentes manifestaciones del mundo del arte y la cultura para comprenderlos mejor y formar un gusto propio.
4. Mantener una actitud de búsqueda personal y colectiva, articulando la percepción, la imaginación, la indagación y la sensibilidad y reflexionando a la hora de realizar y disfrutar de diferentes producciones artísticas.
5. Conocer algunas de las posibilidades de los medios audiovisuales y las tecnologías de la información y la comunicación en los que intervienen la imagen y el sonido, y utilizarlos como recursos para la observación, la búsqueda de información y la elaboración de producciones propias, ya sea de forma autónoma o en combinación con otros medios y materiales.
6. Conocer y valorar diferentes manifestaciones artísticas del patrimonio cultural propio y de otros pueblos,

colaborando en la conservación y renovación de las formas de expresión locales y estimando el enriquecimiento que supone el intercambio con personas de diferentes culturas que comparten un mismo entorno.

7. Desarrollar una relación de auto-confianza con la producción artística personal, respetando las creaciones propias y las de los otros y sabiendo recibir y expresar críticas y opiniones.
8. Realizar producciones artísticas de forma cooperativa, asumiendo distintas funciones y colaborando en la resolución de los problemas que se presenten para conseguir un producto final satisfactorio.
9. Conocer algunas de las profesiones de los ámbitos artísticos, interesándose por las características del trabajo de los artistas y disfrutando como público en la observación de sus producciones.

2.2.2 Tratamiento del área desde un punto de vista creativo.

Esta es sin duda el área en el que tradicionalmente ha tenido mayor cabida la personalidad creativa. Retomando la idea de De la Torre (1995) que entiende la creatividad como una capacidad y una actitud para generar ideas nuevas y comunicarlas; parece que tiene especial cabida en un área en la que se explota otras formas comunicativas a través de lenguajes menos convencionales, como el plástico y musical.

La fluidez de ideas vendrá dada por las diversas posibilidades que se originan en forma de composición, tanto plástica como musical; de articular sonidos y trazos o grafismos a partir de un mismo tema o varios propuestos; tanto si se trata de motivos figurativos o no figurativos en el ámbito de la plástica, como de motivos musicales, dicha fluidez es fundamental para garantizar un producto rico y diverso.

Ello originará necesariamente una flexibilidad de adaptación de cada autor a lo que quiere representar; a sus necesidades comunicativas y expresivas del niño, lo que redundará necesariamente en un producto original; único y exclusivo de cada individuo. Por otra parte, en este producto necesariamente original, la capacidad de síntesis y análisis se presentan como fundamentales en el proceso creativo de una obra plástica. El producto llevará necesariamente a una redefinición de aquello que se estaba retratando (una visión, un paisaje imaginado, una vivencia...).

Todos los índices creativos citados enlazan especialmente con la improvisación y la interpretación musical: la fluidez de ideas, en la cantidad de motivos musicales que surgen de la exploración espontánea de un instrumento del intérprete novel; ello implicará una flexibilidad de adaptación, al tocar el instrumento de maneras diversas según el intérprete y el momento; redundará necesariamente en un producto original, algo inherente a la propia improvisación. La capacidad de síntesis, o el análisis y la redefinición también son propias de la creación musical, entendido como un lenguaje con algunas referencias al lenguaje hablado, pero que obliga a una redefinición de los términos para que una idea extramusical se plasme finalmente en sonidos.

2.3. Educación física.

El RD 1513/2006 (Op. Cit) presenta esta área orientada al desarrollo de las capacidades vinculadas a la actividad motriz y a la adquisición de elementos de cultura corporal que contribuyan al desarrollo personal y a una mejor calidad de vida. Incide pues en una habilidad para encauzar los cambios y las necesidades de una sociedad en constante cambio y evolución. Tiene por objeto la búsqueda del bienestar personal y promover una vida saludable

lejos de estereotipos y discriminaciones de cualquier tipo. Y en este sentido el desarrollo de aspectos creativos se plantea como un recurso sumamente valioso.

Este enfoque del área redundará necesariamente en la mejora de la autoestima.

2.3.1. Objetivos para el área de Educación física.

El RD 1513/2006 (Op. Cit.) establece que la enseñanza de la Educación física en esta etapa tendrá como objetivo el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Conocer y valorar su cuerpo y la actividad física como medio de exploración y disfrute de sus posibilidades motrices, de relación con los demás y como recurso para organizar el tiempo libre.
2. Apreciar la actividad física para el bienestar, manifestando una actitud responsable hacia uno mismo y las demás personas y reconociendo los efectos del ejercicio físico, de la higiene, de la alimentación y de los hábitos posturales sobre la salud.
3. Utilizar sus capacidades físicas, habilidades motrices y su conocimiento de la estructura y funcionamiento del cuerpo para adaptar el movimiento a las circunstancias y condiciones de cada situación.
4. Adquirir, elegir y aplicar principios y reglas para resolver problemas motores y actuar de forma eficaz y autónoma en la práctica de actividades físicas, deportivas y artístico-expresivas.
5. Regular y dosificar el esfuerzo, llegando a un nivel de autoexigencia acorde con sus posibilidades y la naturaleza de la tarea.
6. Utilizar los recursos expresivos del cuerpo y el movimiento, de forma estética y creativa, comunicando sensaciones, emociones e ideas.
7. Participar en actividades físicas compartiendo proyectos, estableciendo relaciones de cooperación para alcanzar objetivos comunes, resolviendo mediante el diálogo los conflictos que pudieran surgir y evitando discriminaciones por características personales, de género, sociales y culturales.
8. Conocer y valorar la diversidad de actividades físicas, lúdicas y deportivas como elementos culturales, mostrando una actitud crítica tanto desde la perspectiva de participante como de espectador.

2.3.2. Tratamiento del área desde un punto de vista creativo

Como ya apuntábamos, el área de educación física se presta también al desarrollo de índices creativos. En el desarrollo de diversas actividades físicas, la fluidez de ideas puede venir dada por las diversas maneras de ejecutar un determinado ejercicio; por ejemplo efectuar un salto, trepar a un determinado lugar o trasladar objetos utilizando únicamente determinados segmentos corporales. La flexibilidad de adaptación vendrá dada por la utilización de los distintos segmentos corporales con un objetivo común (como trasladar un balón sin que toque el suelo y sin utilizar los brazos). Ello redundará necesariamente en ejercicios y propuestas originales, al utilizar determinados segmentos con un fin diferente del que habitualmente se propone.

En el proceso mediante el cual el niño ha encontrado una manera alternativa de efectuar un determinado ejercicio (bien sea un salto o trasladar un balón de manera diferente), está implícita la capacidad de análisis: el niño ha necesitado analizar todos los segmentos corporales susceptibles de realizar la acción en cuestión y ha redefinido la utilidad de alguno de ellos para sintetizar la manera de conseguir su objetivo.

2.4. Lengua castellana y literatura.

El RD 1513/2006 (Op. Cit.) presenta este área en un lugar preferente para el desarrollo integral y armónico de los aspectos intelectuales, afectivos y sociales de la persona. Como forma comunicativa que es, comparte algunos rasgos del lenguaje plástico y musical vistos anteriormente. Precisamente el área de lengua ocupa un lugar privilegiado dentro de las estrategias comunicativas, desarrollando las habilidades propiamente lingüísticas: escuchar, hablar, leer y escribir. También, y de manera específica, pretende acercar a la lectura y comprensión de textos literarios, donde la creatividad juega un papel fundamental.

2.4.1. *Objetivos para el área de Lengua castellana y literatura.*

La enseñanza de la Lengua castellana y literatura en esta etapa tendrá como objetivo el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Comprender y expresarse oralmente y por escrito de forma adecuada en los diferentes contextos de la actividad social y cultural.
2. Hacer uso de los conocimientos sobre la lengua y las normas del uso lingüístico para escribir y hablar de forma adecuada, coherente y correcta, y para comprender textos orales y escritos.
3. Utilizar la lengua para relacionarse y expresarse de manera adecuada en la actividad social y cultural, adoptando una actitud respetuosa y de cooperación, para tomar conciencia de los propios sentimientos e ideas y para controlar la propia conducta.
4. Utilizar, en situaciones relacionadas con la escuela y su actividad, las diversas clases de escritos mediante los que se produce la comunicación con las instituciones públicas o privadas.
5. Usar los medios de comunicación social y las tecnologías de la información y la comunicación, para obtener, interpretar y valorar informaciones y opiniones diferentes.

2.4.2. *Tratamiento del área desde un punto de vista creativo.*

El desarrollo lingüístico y literario per se implica necesariamente labores creativas: requiere fluidez de ideas, a la hora de plantear un relato, narrar una historia o defender argumentos. La flexibilidad de adaptación vendría dada en la manera de entrelazar personajes e historias en relatos; o las ideas propias de un discurso o narración. Todo ello redundará en un producto necesariamente original. En este sentido la creación conjunta (del grupo o clase) de historias o relatos, en los que cada alumno aporte diversos elementos al argumento, es un ejercicio especialmente interesante desde el punto de vista creativo, buscando finales alternativos a una misma historia, introduciendo personajes, sugerir un relato a partir de una serie de imágenes; proponer una serie de personajes

para elaborar historias diferentes, etc.

2.5. Lengua extranjera.

Según el RD 1513/2006 (Op. Cit.) el área de Lengua extranjera tiene como objeto formar personas que puedan utilizarla para comprender, hablar y conversar, leer y escribir. En este sentido, la relación con el área de lengua castellana y literatura es evidente. En este área también se incide en la comprensión de las diferentes situaciones de comunicación y el conocimiento de la estructura de los textos; esto ayudará al discente a identificar y adquirir los elementos lingüísticos concretos presentes en un acto comunicativo determinado.

2.5.1. *Objetivos para el área de Lengua extranjera.*

La enseñanza de la Lengua extranjera en esta etapa tendrá como objetivo el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Escuchar y comprender mensajes en interacciones verbales variadas, utilizando las informaciones transmitidas para la realización de tareas concretas diversas relacionadas con su experiencia.
2. Expresarse e interactuar oralmente en situaciones sencillas y habituales que tengan un contenido y desarrollo conocidos, utilizando procedimientos verbales y no verbales y adoptando una actitud respetuosa y de cooperación.
3. Escribir textos diversos con finalidades variadas sobre temas previamente tratados en el aula y con la ayuda de modelos.
4. Leer de forma comprensiva textos diversos, relacionados con sus experiencias e intereses, extrayendo información general y específica de acuerdo con una finalidad previa.
5. Aprender a utilizar con progresiva autonomía todos los medios a su alcance, incluidas las nuevas tecnologías, para obtener información y para comunicarse en la lengua extranjera.
6. Valorar la lengua extranjera, y las lenguas en general como medio de comunicación y entendimiento entre personas de procedencias y culturas diversas y como herramienta de aprendizaje de distintos contenidos.
7. Manifestar una actitud receptiva y de confianza en la propia capacidad de aprendizaje y de uso de la lengua extranjera.
8. Utilizar los conocimientos y las experiencias previas con otras lenguas para una adquisición más rápida, eficaz y autónoma de la lengua extranjera.

2.5.2. Tratamiento del área desde un punto de vista creativo.

Buena parte de lo dicho en el área anterior es válido aquí. No obstante, el hecho de que esta lengua no sea la lengua materna de la mayoría del alumnado incide necesariamente en el desarrollo de aspectos creativos en el proceso comunicativo. En él, la fluidez de ideas es cualidad imprescindible cuando uno quiere comunicarse en una lengua que no domina; dicha fluidez se limita al vocabulario con el que se cuenta pero también se extiende a las estrategias necesarias para encontrar diferentes maneras de expresar algo concreto. Del mismo modo, el proceso comunicativo requiere una flexibilidad de adaptación al disponer de un vocabulario limitado para comunicarse. Ligado a la cualidad anterior, obliga al hablante a adaptar su vocabulario al mensaje que quiere comunicar. Ello obliga a sintetizar ideas que brotan en un lenguaje diferente en uno nuevo, para el que, a priori, se cuentan con menos recursos. El propio proceso comunicativo representa per se un ejercicio de redefinición al generarse las ideas en una lengua y plasmarse finalmente en otra diferente.

2.6. Matemáticas.

Esta área se presenta como un conjunto de saberes asociados en una primera aproximación a los números y las formas geométricas. Estos saberes se van completando progresivamente hasta constituirse en un modo valioso de analizar situaciones variadas. Este planteamiento encierra de por sí una función de redefinición y análisis de diversas situaciones en las que a priori, no se contemplaría el uso de las matemáticas. Por todo ello, este enfoque permite estructurar el conocimiento que se obtiene de la realidad, analizarla y lograr una información nueva para conocerla mejor, valorarla y tomar decisiones.

Se entienden así las matemáticas como un conjunto de ideas y formas de actuar que implica no sólo utilizar cantidades y formas geométricas, sino, y sobre todo, hacerse preguntas, obtener modelos e identificar relaciones y estructuras. De esta forma, al analizar los fenómenos y situaciones que se presentan en la realidad, se puedan obtener informaciones y conclusiones que inicialmente no estaban explícitas.

2.6.1. Objetivos para el área de Matemáticas.

La enseñanza de las Matemáticas en esta etapa tendrá como objetivo el desarrollo de las siguientes capacidades:

1. Utilizar el conocimiento matemático para comprender, valorar y producir informaciones y mensajes sobre hechos y situaciones de la vida cotidiana y reconocer su carácter instrumental para otros campos de conocimiento.
2. Reconocer situaciones de su medio habitual para cuya comprensión o tratamiento se requieran operaciones elementales de cálculo, formularlas mediante formas sencillas de expresión matemática o resolverlas utilizando los algoritmos correspondientes, valorar el sentido de los resultados y explicar oralmente y por escrito los procesos seguidos.
3. Apreciar el papel de las matemáticas en la vida cotidiana, disfrutar con su uso y reconocer el valor de actitudes como la exploración de distintas alternativas, la conveniencia de la precisión o la perseverancia en la búsqueda de soluciones.

4. Conocer, valorar y adquirir seguridad en las propias habilidades matemáticas para afrontar situaciones diversas, que permitan disfrutar de los aspectos creativos, estéticos o utilitarios y confiar en sus posibilidades de uso.
5. Elaborar y utilizar instrumentos y estrategias personales de cálculo mental y medida, así como procedimientos de orientación espacial, en contextos de resolución de problemas, decidiendo, en cada caso, las ventajas de su uso y valorando la coherencia de los resultados.
6. Utilizar de forma adecuada los medios tecnológicos tanto en el cálculo como en la búsqueda, tratamiento y representación de informaciones diversas.
7. Identificar formas geométricas del entorno natural y cultural, utilizando el conocimiento de sus elementos y propiedades para describir la realidad y desarrollar nuevas posibilidades de acción.
8. Utilizar técnicas elementales de recogida de datos para obtener información sobre fenómenos y situaciones de su entorno; representarla de forma gráfica y numérica y formarse un juicio sobre la misma.

2.6.2. Tratamiento del área desde un punto de vista creativo.

Este enfoque del área por el que se pretende estructurar el conocimiento que se obtiene de la realidad, analizarla y lograr una información nueva para conocerla mejor, valorarla y tomar decisiones; es un enfoque que encierra en sí mismo rasgos creativos. El propio planteamiento de estructurar el conocimiento que se obtiene de la realidad implica labores de análisis, redefinición y síntesis de las situaciones.

Por otra parte, si retomamos la idea de creatividad como una capacidad para resolver problemas, su relación con el área de matemáticas es obvia, pues en la resolución de problemas matemáticos y de cálculo es inherente la implicación de índices creativos. Pero más allá de las operaciones aritméticas o de la propia resolución de problemas, la formación de diversas formas geométricas, la búsqueda de asociaciones entre elementos diversos para crear grupos y subgrupos, inventar diferentes unidades de medida (no convencionales), implica también labores de análisis, fluidez de ideas, redefinición y síntesis.

Conclusiones

En definitiva el planteamiento del curriculum desde una perspectiva creativa se presenta como una necesidad para abordar las exigencias de una sociedad en continuo cambio y evolución. En esta adaptación, el desarrollo de los índices creativos puede jugar un papel fundamental.

De hecho, podemos afirmar que es de obligado cumplimiento el implicar todos y cada uno de los elementos que intervienen en el proceso educativo. Coincidimos con Romo (1997) en clasificar 4 elementos en la creatividad: 1) entorno, 2) personalidad, 3) proceso y 4) producto. De tal modo, en el ámbito docente debería haber una especial sensibilidad hacia el desarrollo en todos y cada uno de estos elementos.

El entorno: un entorno propicio es directamente proporcional al desarrollo de la creatividad. Las condiciones del medio son un elemento fundamental a la hora de plantear actividades educativas creativas, y por ello hay que

crear lo que podemos llamar “clima o espacio creativo” donde el juego, la libertad y la riqueza de estímulos sean una constante. Hemos comprobado cómo todas las áreas poseen las condiciones para lograr este proceso.

La personalidad: La persona creadora no es sólo el genio artista o matemático célebre, la persona creadora se puede encontrar en cualquier ámbito, por ejemplo en las escuelas e institutos, todo dependerá de la conjunción de circunstancias proclives que allí se den.

El proceso: el proceso creativo supone la secuencia de diferentes etapas, de manera general, diremos que es un ejercicio donde se dan los aspectos cognitivo y afectivo; que depende de muchas variables: entorno social, ambiental y personalidad; y que la riqueza de estímulos y un ambiente propicio amplía las posibilidades de procesos creativos.

El producto: un producto será creativo en tanto que todos los elementos que han intervenido en el hecho creativo han sido los adecuados.

Hemos constatado en cada una de las áreas de educación primaria, que el tratamiento de los contenidos de cada área puede abordarse desde parámetros creativos. Más que una posibilidad, se presenta como una necesidad para encauzar las demandas sociales y culturales en constante cambio y evolución. Parece que sólo desde los preceptos creativos y los indicadores que los desarrollan, es posible responder a este carácter cambiante.

En definitiva, la educación debe alejarse de objetivos dirigidos a la mera producción y repetición de modelos. La urbe, y por extensión la propia sociedad, será más exitosa en la medida en la que sus integrantes den soluciones creativas a los problemas y retos planteados.

Referencias

De la Torre, S. (D.L. 1995). *Creatividad Aplicada. Recursos para una formación creativa*. Madrid: Escuela Española.

Decreto 22/2007, de 10 de mayo, del Consejo de Gobierno, por el que se establece para la Comunidad de Madrid el currículo de la Educación Primaria.

Gervilla, A. (Dir.) (2003). *Creatividad Aplicada. Una apuesta de futuro*. Málaga: Dykinson

Guilford (1983). *Creatividad y educación*. Barcelona: Paidós.

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).

Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre, de enseñanzas mínimas de la Educación Primaria.

Romo, M (1997). *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Paidós.

Torrance, P. (1976) *La enseñanza creativa*. Madrid: Santillana.

“RESIDUOS”

LA CIUDAD DE CINE Y TURISMO

Yolanda González Osuna

Doctoranda

Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. C/ Sarmientos 9 B, Colmenarejo,

Madrid(España) CP 28270 Tlfn: + 647818126 Email:yolandagonzalezosuna@gmail.com

Resumen

“El ojo no ve en las cosas más que lo está en el espíritu.”

Píesse

Una de las visitas obligadas cuando vamos a Almería, sobre todo si viajamos con niños, es el Western. Y no es una mala idea. Durante un día nos divertimos, primero viendo desde fuera las tiendas de los indios y los bares de los vaqueros y nos sentimos un espectador más. Luego nos disfrazamos de indio o de pistolero y tomamos la ciudad.

El poblado de los Albaricoques constituyó la primera ruta Turístico-Cinematográfica de Almería. En este lugar se rodaron películas tan emblemáticas como La muerte tenía un precio (1965), El bueno, el feo y el malo (1966), Por un puñado de dólares (1964)... Clint Eastwood y Sergio Leone pasearon por allí, pero ahora sólo queda la Avenida Sergio Leone, la calle Clint Eastwood, la calle Ennio Morricone... Residuos del cine, restos de decorados que quedaron de una época dorada.

Estos residuos no deben ser entendidos como algo despectivo, aunque el término lo sugiera. Ahora se pre-

fiere el término “subproducto” para referirse a residuos que no son tales, sino que constituyen la materia prima de una nueva actividad. Al igual que los posos del café que habitualmente tiramos han sido reutilizados por Gunter Pauli con resultados magníficos para cultivar hongos Shiitake, una variedad muy preciada en la cocina, con el Turismo de Cine sugerimos un comportamiento similar. Tuvimos que soportar rodajes multitudinarios que inundaron nuestros paisajes con aparatos decorados. Tal vez fueron beneficiosos para nosotros durante el rodaje, luego se transformaron en residuos, pero ahora con lo que queda tenemos la oportunidad de generar una nueva actividad. Se trata de la verdadera ecología, del auténtico sentido del reciclaje. Encontrarle una nueva y fructífera utilidad a lo que otros han desechado. Ahora nos encontramos con las Casas rurales “La Minilla” o el Hostal Restaurante Alba. Su lema: “Vive tu propia aventura” y un carruaje rojo con el nombre “Wells Fargo” en la puerta...

Los años 60 constituyeron la época dorada de los rodajes Americanos en España, y ahora existe la posibilidad de convertir dichos santuarios cinematográficos en fructíferas rutas turísticas.

Palabras clave

Cine, turismo, ecología, reciclaje, residuos, riqueza, espacio, tiempo.

Abstract

One of the obliged visits when we go to Almeria and especially with children it is the Western, and is not a bad idea. For one day we amuse ourselves, first seeing from was the shops of the Indians and the bars of the strangers, we feel one more spectator, then we disguise ourselves as Indian or as gunman and take the city.

The village of the “Albaricoques” constituted the first Tourist - cinematographic route of Almeria. In this place movies as emblematic were rolled as For a few dollars more (1965) , The Good, the Bad, the Ugly (1966), A fistful of dollars (1964)... Clint Eastwood and Sergio Leone walked there, but now only the Avenue remains Sergio Leone, the Street Clint Eastwood, the street Ennio Morricone... Residues of the cinema, remains of sets that stayed of a golden epoch.

These residues are not something derogatory although the term suggests. As the coffee grounds to throw used to grow Shiitake mushrooms, a highly prized variety, with the Film Tourism is the same. We went through filming that flooded our landscapes crowded with bulky sets. Maybe it was beneficial to us during the shoot, then waste, but now with what we have is a new activity. This is the true ecology, the true recycling. Find a new and fruitful use of what others have discarded. Now we find the Houses “The Minilla” or Hostal Restaurant Alba, his motto “Live your own adventure” and a red carriage with the name “Wells Fargo” in the door ... The 60's were the golden age of American film shoots in Spain, making such films in current sanctuaries tours.

Key words

Cinema, tourism, ecology, recycling, residues, wealth, space, time.

Introducción

Entramos en una sala de cine que nos traslada a un entorno idílico, una historia que la vivimos como nuestra. Cuando aparecen los créditos ya no queda nada, no podemos ver más película porque no hay más metraje. Sólo nos queda recorrer los caminos que ellos recorrieron y volver a los lugares donde un día estuvieron y ya nada volvió a ser lo mismo.

Objetivos

El objetivo de estas páginas no es otro que el de reflexionar acerca de la utilidad de los subproductos derivados que nos quedan en las localizaciones tras el rodaje de una película. Fomentar las ayudas a los rodajes por parte de los ayuntamientos ya que pueden repercutir positivamente en el turismo que a posteriori pueda visitar la ciudad. Aprovechar las instalaciones que quedaron tras un rodaje y volver a imprimirlas un nuevo valor. Aunque no quede nada, sólo otra manera de ver, mirar el paisaje que otros miraron y filmaron.

Metodología

La metodología aplicada en la investigación no es otra que la del estudio de las nuevas guías turísticas que incluyen los recorridos de cine y la experiencia en el arduo trabajo de buscar localizaciones para rodar una historia. De la unión de ambos trabajos nace La ciudad de Cine y Turismo. Con ello nos adentramos hacia el ser, el rastro, la impronta que deja el cine en la ciudad.

1. La ciudad de Cine y Turismo

El cine despierta nuestra imaginación, nos hace soñar. Siempre se quiere volver a aquel lugar donde se fue feliz, aunque fuese una felicidad de butaca de cine. El cine levanta pasiones. Las personas nos desplazamos a los lugares que nos han gustado por muy diferentes razones. Tal vez sólo sea por la belleza del lugar mostrado en pantalla.

La acción de rodar un film no tiene ninguna vinculación directa con el turismo, no son dos profesiones afines. Cuando rodamos una película no elegimos una localización u otra en función de su repercusión final en un turismo filmico. Nosotros sólo pasamos por allí. Pero tiene que ser desde los organismos que se fomenta el dar facilidades para rodar en determinados lugares que a priori parecen contar con una infraestructura apropiada tanto paisajística como patrimonial y climatológica y que hagan de él un lugar privilegiado para el rodaje cinematográfico. La industria cinematográfica sólo hace su trabajo, rueda sus secuencias en las localizaciones ideales adaptadas al guión, sólo pasan por allí y es ese paso, ese dibujo invisible que imprime la vida del lugar lo que lo convierte a posteriori en un destino de turismo cinematográfico. Lo mismo que ocurrió con los habitantes de los primeros poblados prehistóricos: simplemente habitaban y ese habitar, miles de años después convirtió sus poblados en concurridas rutas turísticas.

¿Cuántos asentamientos prehistóricos podemos visitar en nuestro país?. Aún no se había empezado a escribir la historia y ya nos dejaron sus restos arqueológicos para poder visitarlos. No hicieron nada para nosotros, simplemente visitamos los restos que dejaron para acercarnos más a ellos, para conocer cómo vivían. Aún no había historia y estos poblados no hicieron otra cosa que ser y estar. No nos dejaron grandes monumentos que visitar. Ellos no, sólo fueron y estuvieron. En todas las guías turísticas podemos encontrar asentamientos prehistóricos para visitar. Nadie cuestiona porqué. Está claro su interés aunque ellos no hicieron nada para estar allí. Igual pasó con muchos otros asentamientos. Después ocurrió otro tanto con otros pueblos como los árabes, los romanos o tantos otros que pasaron por la península. Realizamos una excavación, encontramos restos de una Villa Romana o de una Necrópolis y ya tenemos una rica fuente de ingresos turísticos.

Ellos no pretendían con sus necrópolis ser un espacio turístico para que hoy las visitásemos. Sólo pasaron. El turismo no se creó, vino solo por que hay señales de que pasaron por allí. Las pruebas nos las dan los Arqueólogos que catalogan las piezas tras una excavación.

Cuando buscamos las localizaciones de nuestra nueva película, un trabajo arduo, no pensamos en otra cosa que no sea la fidelidad a los decorados de nuestro guión. Cuando buscamos alojamiento para nuestros actores no pensamos en otra cosa que en la cercanía al rodaje, el confort, comodidad y descanso de nuestras estrellas. Y en la localización de un restaurante para la comida del rodaje, pensamos en la rapidez, la economía y el buen servicio.

Luego llega, en “esta cama descansó...” tal y cual actor, “en este restaurante comió ...” o “por este paisaje paseó...” tal o cual director o actriz...

Esto no lo pensamos en el momento, pero sí que lo han pensado y muy bien sobre todo desde los ayuntamientos.

Las piedras que pisaron nuestros actores hoy las podemos volver a pisar convertidas en una atracción más para el turismo. Juan Carlos Usero López, Presidente de la Diputación de Almería comenta en la colección Cine y turismo en la provincia de Almería (2010):

“El desembarco de la industria cinematográfica en Almería contribuyó a situar la provincia en el mapa de la competitiva industria turística. El desarrollo de algunas infraestructuras que cubrían la oferta básica de transporte, alojamiento y restauración trajo consigo un impulso económico y social en la provincia.”. “La pretensión es convertir al turista en el protagonista de su propio guión, el actor principal de su particular ruta de descubrimiento. El viajero realizará su propio rodaje en los escenarios que seamos capaces de construir y mostrar para confeccionar su mundo particular y la experiencia que contará en casa. Sin lugar a dudas, la relación cada vez más obvia y consistente entre el cine y el turismo ha de fortalecer la idea de que todas aquellas personas que acuden a nuestra provincia para desarrollar un proyecto cinematográfico y visitar nuestro rico patrimonio representarán factores e indicadores de desarrollo que fortalecerán nuestro destino y lo convertirán en difícilmente superable, en lo que al sector turístico se refiere, donde la diferencia la marca la especialización.”. “El cine se convierte así en factor de atracción turística en sí mismo, en la motivación del viaje, en el factor diferencial de la elección de un destino para pasar las vacaciones, el punto de partida o el final de una experiencia evocadora”. “...Prendemos convertir al viajero alojado en nuestra provincia en un turista cinematográfico motivado por vivir la acción por la que se sintió seducido frente a la pantalla.”

El pasado mes de agosto tuvimos otra experiencia de promoción local a través del cine. A quién no le suena hoy el “pueblo de Los Pitufos”. El pueblo de Júzcar en la sierra de Málaga vistió sus fachadas de azul para recibir la Premier Mundial del Films Los Pitufos 3D (2011). Contaron con la repercusión de su localidad en multitud de medios de comunicación que consiguieron situarlo en el mapa.

También podemos hablar de la importancia de que aparezca el nombre de una ciudad en el título de una película. Barcelona cayó rendida a los pies de Woody Allen con la cinta Vicky, Cristina, Barcelona (2008) y no es para menos. Pocas campañas publicitarias son tan eficaces como ésta. Sin ir más lejos Asturias se publicita con el lema “Lo dice todo el mundo” y usa la frase de Allen en la que dice que si tuviese que retirarse del mundo, lo haría en Asturias. Desde los organismos públicos han sabido sacarle partido a una frase. Ya no se trata únicamente de restos, se trata de también de palabras, nombres etc. Muchas películas desde el título constituyen una plataforma de publicidad para determinados destinos turísticos. Tenemos como antecedente de este fenómeno otro título de Woody Allen: Manhattan (1979), o el título Vacaciones en Roma (1953) que incita a realizar un viaje por la capital europea, además de sus ya reconocidos méritos históricos.

Un informe de la Spanish Film Comission afirma que el 80% de los británicos planifica sus vacaciones tras ver una localización en pantalla. En el año 2004 una encuesta a turistas en Francia cifró en el 80 % los espectadores que estaban más interesados en visitar el país dónde se desarrollaba la acción de la película después de haber visto

cintas como *Amélie* (2001), *Taxi* (2004), o *Astérix y Obélix contra el César*(1999). De hecho el éxito de esta última llegó a ser tal que propició la creación de un parque temático monográfico: *Parc Asterix*.

La media de audiencia mundial de una película está en los setenta y dos millones de espectadores. Por tanto la publicidad que una película supone para las localizaciones donde se ha rodado, pueblo, ciudad, provincia, país equivale a un anuncio publicitario que hubiera sido visto por setenta y dos millones de personas. Si tenemos en cuenta que un spot en televisión emitido en Prime Time lo ven como media un total de cuatro millones de personas, es claro que el reconocimiento de un lugar en una película supone un magnífico dato económico, al menos potencialmente, para el lugar de rodaje.

En España gracias a sus favorables condiciones climatológicas y su viabilidad para llevar a cabo presupuestos más económicos se han rodado muchas importantes películas extranjeras, tales como *El bueno, el feo y el malo* (1966) de Sergio Leone, o *Campanadas a Media Noche* (1965) de Orson Welles, rodada en parte en Soria, en el pequeño pueblo de Calatañazor y en la murallas de Avila. En Aragón, en el Castillo de Loarre de Huesca, se ambientó *El Reino de los Cielos* (2005) de Ridley Scout, y en Castilla la Mancha, concretamente en el castillo de Molina de Aragón, sito en Guadalajara, se rodó *El nombre de la rosa* (1986) de Jean-Jacques Annaud. En cuanto al cine nacional encontramos notables ejemplos como el de *Amanece que no es poco* (1989), de José Luis Cuerda, ambientada en la Sierra del Segura en Albacete.

También en Castilla la Mancha se están divulgando las rutas del director manchego galardonado con un Oscar de la Academia de Hollywood, Pedro Almodóvar, que comprenden desde el campo de Calatrava a Ciudad Real. Esta ruta tiene la peculiaridad de que está basada sólo en el nacimiento de un director y en algunos paisajes rodados, por lo que la han tenido que dotar de contenidos mayores para ampliar su atractivo.

La aparición de Internet ha sido clave en la apuesta por este nuevo turismo. Hasta no hace mucho tiempo estaba sólo al alcance de unos pocos el saber dónde se habían rodado determinadas escenas de una película. En la actualidad sólo tenemos que introducir en la web el título de nuestra película y tendremos a nuestro alcance toda la información necesaria. Sólo tenemos que descolgar el teléfono para llamar a la Agencia de Viajes o seguir navegando hasta comprar el billete de avión o tren que necesitamos y a continuación reservar el alojamiento. Tal vez el mismo donde se alojaron nuestras estrellas, puesto que también disponemos de esa información. Las nuevas tecnologías nos han proporcionado herramientas como Google Maps o Google Earth, que nos acercan visualmente a ubicaciones donde se han rodado escenas de películas y series de Televisión.

En Hollywood por ejemplo encontramos multitud de reclamos para cinéfilos, uno de ellos el Paseo de la Fama de Hollywood. Se van creando estrellas conmemorativas de actores y directores destacados. Elementos que se van incorporando y luego sirven de reclamo para turistas cinematográficos.

Este proyecto del Paseo de la Fama, lo hemos importado en Madrid a la Calle Martín de los Heros. Nuestras estrellas tienen su paseo homónimo en esta calle madrileña. En otras ciudades, como Valencia, también podemos ver la huella de estrellas de personalidades cercanas al mundo del cine en algunas de sus calles o avenidas.

Otro ejemplo de homenaje al cine que sirve además de reclamo turístico es la estatua de Woody Allen, ubicada en una de las céntricas calles peatonales de Oviedo.

En Estados Unidos es habitual visitar estudios tan emblemáticos como los estudios Universal. En España en cambio sólo podemos visitar los estudios de Almería, a pesar de que contamos con grandes centros de producción

como la Ciudad de la Luz en Alicante, pero que a día de hoy no resultan accesibles al turista.

Otras referencias indirectas al cine como explotación ocio-cultural pueden ser lugares como el Parque Warner de Madrid, cuyos simulados estudios son visitados por multitudes, aunque en estos casos la explotación está más centrada en su vertiente de Parque de Atracciones temático.

También encontramos un referente de turismo cinematográfico internacional en Nueva Zelanda. La página oficial de turismo de Nueva Zelanda hace numerosas menciones a la multipremiada película *El Señor de los Anillos* (1978) rodada en este país, y que ha incrementado significativamente el número de visitas a su territorio. Dicha página hace numerosas menciones a asuntos que tienen que ver con la película. Se habla, por ejemplo, de “la Tierra Media”. También nos muestran las casas de los hobbies. Además también podemos conocer otras películas que se han rodado por estos territorios. Para ello las autoridades turísticas estatales, regionales y locales se han preocupado en dar a conocer sus rodajes cinematográficos.

Otro organismo preocupado por el turismo cinematográfico es la Visit Britain, Oficina de Turismo de Gran Bretaña, donde se han ocupado en diseñar y distribuir mapas con las distintas localizaciones y su ubicación donde se han rodado exitosas películas como *Harry Potter y la piedra filosofal* (2001). Tal es el caso del castillo de Alnwick, que es casi un protagonista más de la película.

Otra película más reciente cuyo rodaje ha dejado huella en las ciudades visitadas es *Love Actually* (2003). Existe un plano al respecto con todas las localizaciones de la película, que ocupa una densidad bastante elevada.

Numerosas instituciones privadas y públicas apuestan por promocionar el turismo a través del cine. Una de las más activas es sin duda Andalucía. En la provincia de Almería se rodaron multitud de películas, particularmente en las zonas de Níjar, Tabernas (el denominado “mini Hollywood”), y los poblados del Oeste. También han sido muy explotados algunos paisajes emblemáticos y preciosos como la playa del Cabo de Gata o la playa de Los Cónsules, aprovechada para películas afamadas mundialmente como *Indiana Jones y la última cruzada* (1989), hecho que es aprovechado por la Junta de Andalucía para promocionarse turísticamente. Se está generando continuamente material de todo tipo para papel y web: paisajes de cine, rutas, guías del desierto de Tabernas y Sierra de Alhamilla... Andalucía se está tomando mucho interés mucho para hacer productos de turismo cinematográfico por ejemplo de la película *Entre lobos* (2010) con distintos itinerarios que se pueden visitar en la zona de Córdoba. También *Alatriste* (2006) dirigida por Agustín Díaz Llanes y protagonizada por Vigo Mortensen fue rodada en distintos lugares de Andalucía. En Sevilla, en el edificio de Plaza España construido para la exposición universal del año 1929, se rodó *Star Wars el ataque de los clones* (2002) y en Trebujena (Cádiz) algunas otras películas como *el Imperio del Sol* (1987) de Steven Spielberg.

Asturias también la podemos colocar a la cabeza de las Comunidades Autónomas que más énfasis están haciendo en el fomento de los rodajes para mejorar su turismo cinematográfico.

El concejo de Llanes se ha preocupado en crear veinticinco localizaciones de rodajes cinematográficos e incluso instalar un “sillón de director” para que el turista pueda sentarse y tener casi la perspectiva que pudo haber tenido el director correspondiente. También es cierto que hay otros lugares emblemáticos que no se pueden visitar como la casa donde se rodó *El Orfanato*, pero que también sirven de reclamo a curiosos turistas cinéfilos.

En la localidad de Lastres nos encontramos la ruta de Doctor Mateo (2009-2011), donde podemos visitar los lugares donde se rueda la popular serie televisiva.

En Cantabria también encontramos ejemplos de lugares de interés para el turismo cinematográfico. Es el caso, por ejemplo, del Palacio de los Hornillos en Fraguas, donde se rodó la película *Los Otros* (2001), de Alejandro Amenábar.

Conclusiones

El concepto de ecología se ha reinventado. Ecológico no es aquello que nos cuesta más mantener o conseguir de lo que aprovechamos. La verdadera ecología es sacar provecho a los elementos una vez que han sido desechados de su función principal, aquella para la que fueron concebidos. No se trata de tomar esos residuos y triturarlos para luego convertirlos en otro elemento de primer uso. No se trata de destruir los decorados y reciclarlos en el contenedor del cartón. Tomamos los residuos del cine, los decorados y los convertimos en turismo de cine. Se trata de poner en valor aquello que ya no lo tiene. No se debe hablar de residuos, sino de subproductos que pueden constituirse en la materia prima de una nueva industria. El verdadero reciclaje es no tirar. El verdadero reciclaje es generar riqueza a partir de un subproducto.

Todos debemos estudiar aquellos que ya han empezado a hacerlo de una manera más o menos consciente para poder racionalizarlo y sistematizarlo desde el comienzo de los proyectos audiovisuales. Las yermas tierras de Almería ya están dando sus frutos tras cubrirse con el manto del cine. Hay que observar su caso, saber aprovechar lo que otros han dejado, ser conscientes de que si facilitamos los rodajes estamos posibilitando también la explotación posterior de sus mal llamados “residuos” para nutrir la industria del turismo.

Referencias

- Diputación de Almería. 2010. Paisajes de Cine: Ruta-Guía Desierto de Tabernas y Sierra Alhamilla. [Guía Turística]. España
- Spain Film Commission. 2010. [Dosier]. España
- Grimaldi, A. (Productor). Leone, S (Director). (1965) *La muerte tenía un precio* [Cinta Cinematográfica]. Italy, Spain, West Germany. PEA
- Grimaldi, A. (Productor). Leone, S (Director). (1966) *El bueno, el feo y el malo* [Cinta Cinematográfica]. Italy, Spain, West Germany. PEA
- Arrigo, C. (Productor). Leone, S (Director). (1964) *Por un puñado de dólares* [Cinta Cinematográfica]. Italy, Spain, West Germany. Constantin Films Produktion
- Kerner, J. (Productor). Gosnell, R (Director). (2011) *Los Pitufos 3D* [Cinta Cinematográfica]. USA. Sony Pictures.
- Aronson, L. Tenenbaum, S. Wiley, G. (Productores). Allen, W (Director). (2008) *Vicky, Cristina, Barcelona*. [Cinta Cinematográfica]. España, USA. Weinstein Company, Mediapro, Gravier Productions.
- Rollins, J. Hoffe, C (Productores). Allen, W (Director). (1979) *Manhattan*. [Cinta Cinematográfica]. USA. Rollins, J. Hoffe, C Productions.
- Wyler, R. Wyler, W. Koenig, L. (Productores). Wyler, W (Director). (1953) *Vacaciones en Roma*. [Cinta Cinematográfica]. USA, Italia. Paramount Pictures.

- Deschamps, J. M. (Productor). Jeunet, J. P. (Director). (2001) Amélie. [Cinta Cinematográfica]. Francia, Alemania. Ossard Productions. UGC.
- Berry, C. (Productor). Zidi, C. (Director). (1999) Axterix y Obelix contra el César. [Cinta Cinematográfica]. Francia. AMF, Bavaria Entertainment.
- Besson, L. (Productor). Besson, L. (Director). (2004) Taxi [Cinta Cinematográfica]. Francia. USA, MPAA.
- Escolano, A. Piedra, E. (Productor). Welles, O. (Director). (1965) Campanadas a Medianoche [Cinta Cinematográfica]. Francia, España, Suiza. Alpine Films, International Films.
- Cristaldi, F. (Productor). Annaud, J. (Director). (1986) El nombre de la rosa [Cinta Cinematográfica]. Francia, Italia, Alemania. Alpine Films, International Films. Cristaldifilms.
- Borrel, J. (Productor). Cuerda, J.L. (Director). (1989) Amanece que no es poco [Cinta Cinematográfica]. España. Compañía de aventuras comerciales.
- Ellzey, L. (Productor). Scott, R. (Director). (2005) El Reino de los cielos [Cinta Cinematográfica]. USA, España. Fox Film Company.
- Zaents, S. (Productor). Bakshi, R. (Director). (1978) El Señor de los anillos [Cinta Cinematográfica]. USA. Fantasy Films.
- Heyman, D. (Productor). Columbus, C. (Director). (2001) Harry Potter y la piedra filosofal [Cinta Cinematográfica]. USA, UK. Warner Bros.
- Bevan, T. (Productor). Curtis, R. (Director). (2003) Love Actually [Cinta Cinematográfica]. USA, UK. Universal.
- Lucas, G. (Productor). Spielberg, S. (Director). (1989) Indiana Jones y la última cruzada [Cinta Cinematográfica]. USA. Paramount Pictures, Lucas Films.
- Morales, J.M. (Productor). Olivares, G. (Director). (2010) Entre Lobos [Cinta Cinematográfica]. España, Alemania. Arakao Films, Canal Sur Televisión.
- Augustin, A. (Productor). Díaz Yanes, A. (Director). (2006) Alatriste [Cinta Cinematográfica]. España. Estudios Picaso, NBC, Universal.
- Lucas, G. (Productor). Lucas, G. (Director). (2002) Stars Wars: el ataque de los clones [Cinta Cinematográfica]. USA. Lucasfilm.
- Spielberg, S. (Productor). Spielberg, S. (Director). (1987) El Imperio del Sol [Cinta Cinematográfica]. USA. Warner Bros Pictures.
- Rodríguez, C. (Productor). Tera, M, Folch, E, Fernández, A. (Director). (2009-2011) Doctor Mateo [Serie TV]. España. Notro TV.
- Bovaira, F. (Productor). Amenabar, A. (Director). (2001) Los Otros [Cinta Cinematográfica]. USA, España. Cruise Productions, Sogecine, Las producciones del Escorpión.

LA CIUDAD DEL MERCADO

Industria, comercio y
economía en la ciudad.



EL NARCISISMO DEL CENTRO COMERCIAL

Víctor Lope Salvador

Profesor

Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Ciudad Universitaria. 28040, Madrid. Tfno: 34
914520400 Email: vlope@ccinf.ucm.es

Resumen

Desde que Joseph Paxton construyó el Palacio de Cristal para la Gran Exposición de 1851 en Londres para mostrar la alta capacidad técnica, industrial y comercial inglesa, las ciudades han venido incorporando algunos singulares edificios dedicados a la atracción del público. Son monumentos dedicados a mayor gloria del comercio, o más concretamente de la venta al por menor de bienes y servicios. Los diseños de los edificios más llamativos constituyen un espectáculo en sí mismos. Pero el verdadero espectáculo -en el que no se suele reparar- es el de su capacidad para movilizar el deseo de las masas. En primer lugar está el deseo de ir allí, el deseo de ver cómo es, el deseo de ver qué hay dentro. En las modernas ciudades en las que lo

simbólico no suele ser el primer estímulo para definir el diseño, emergen propuestas cuyo primer requisito ha de ser el de llamar la atención bien por su forma y aspecto, bien porque en su interior contiene algo que entraña cierta dificultad -como una pista de esquí en Dubái-, bien por ambas cosas a la vez.

Esas construcciones, a veces muy complejas, nos hablan a condición de que tratemos de deletrearlas. Si nos fijamos en las más espectaculares advertimos los rasgos de un sujeto de la enunciación narcisista. Y ese rasgo es también compartido por el individuo seducido ante tal espectáculo.

Palabras clave

Centro comercial, narcisismo, deseo, imaginario, ideología, futuro, cristal.

Abstract

Since Joseph Paxton constructed the Crystal Palace for the Great Exhibition of 1851 in London to show the English high technical, industrial and commercial capacity, the cities have come incorporating some singular buildings dedicated to the attraction of the public. They are monuments dedicated to major glory of the commerce, or more concretely of the selling retail of products and services. The designs of the most showy buildings constitute a spectacle in themselves. But the real show-in which is not usually repair-is its ability to mobilize the desire of the masses. First of all there is the desire to go there, the desire to see how it is, the desire to see what is inside. In modern cities

in which the symbolic is not usually the first stimulus to define the design emerge proposals whose first requirement should be to attract attention either by their shape and appearance, because inside it contains something that is a difficult -as a ski slope in Dubai-, or by both at once.

These constructions, sometimes very complex, speak on condition that we try to spell them. If we concentrate on the most spectacular we warn the features of a subject of the enunciation narcissist. And this feature is also shared by the individual seduced at the sight.

Key words

Shopping Centre, narcissism, desire, imaginary, ideology, future, crystal.

Introducción

El propósito de este trabajo es el de hacer una lectura de algunos centros comerciales en tanto que pueden ser tratados como textos, es decir como espacios de producción de sentido a partir de los tres registros o áreas que conforman el texto: lo semiótico, lo real y lo imaginario (González Requena, 1997). El centro comercial es metafórico a veces como “micro-ciudad” o como “universo del engaño” o también como “templo del consumo”, entre otras expresiones, lo cual da idea de su capacidad para hablarnos con códigos diferentes pero coexistentes. Cualesquiera de esas metáforas tienen en común la capacidad de otorgar al referente un plus de significación, como un intento de decir algo que está más allá de su consideración como simple espacio de transacciones comerciales. La forma de hablarnos que tienen esos edificios no difiere mucho de la de las estrategias discursivas publicitarias que pivotan alrededor del narcisismo.

Hemos elegido como objeto concreto de estudio las siguientes construcciones: el Vulcano buono en Italia (abierto en 2007), la Canal City Hakata en Japón (abierto en 1996), el Mediacité en Bélgica (abierto en 2008), la Galleria Vittorio Emanuele II en Italia (abierto en 1877), las Galeries Royales Saint-Hubert en Bélgica (abierto en 1847), el Passage du Caire en Francia (abierto en 1789), el Crystal Palace en Inglaterra (construido en 1851) y el Mall of the Emirates - Dubai en los Emiratos Árabes Unidos (abierto en 2005)

Algunos de esos edificios son de construcción reciente, otros son del siglo XIX y aún antes.

Nos concentramos especialmente en cómo esos centros-discursos comerciales gestionan lo imaginario que es el ámbito específico del deseo. Y creemos que el imaginario contemporáneo no puede ser adecuadamente pensado sin tener en cuenta que hay un difuso pero potente sustrato ideológico que se hace hegemónico a partir del S. XIX, cuando las masas empiezan a asistir al espectáculo de una vertiginosa innovación tecnológica, y que aquí denominamos como ideología del futuro. Esto es, una creencia en una segura evolución hacia la satisfacción plena del deseo. Paradójicamente esa pasión porque el futuro se haga presente produce propuestas de retorno -como señala esa otra gran metáfora del centro comercial- al “vientre femenino” (Cornejo, 2006).

Objetivos

Trataremos de demostrar que el narcisismo constituye uno de los rasgos más importantes del elocuente discurso que emiten los centros comerciales. Este tipo de espacios, algunos de los cuales han alcanzado recientemente una elevada sofisticación, se presenta como un lugar en cuyo interior se despliega un notable ejercicio de diferenciación respecto de su entorno inmediato. La diferenciación pivota esencialmente sobre la construcción de una realidad o bien de temática específica, o más confortable, o lúdica, aparte de ser escaparate de lo deseable, pero, en cualquier caso, protegida de un exterior algo más inclemente. Por tanto, al entrar en uno de esos centros, se accede a una burbuja protectora, razón por la cual se emplea a veces la metáfora de “vientre femenino”. Y esa metáfora permite pensar claramente que lo que se juega ahí es un retorno a la protección materna que es la

misma matriz narcisista del yo. Ese yo resulta ser tan anhelante como angustiado y, ante su mirada, se despliega el espectáculo de lo deseable -ya se trate de objetos, servicios, comida, espectáculos, atracciones-, todo eso que parece capaz de colmar la carencia constitutiva del sujeto. En esa burbuja protegida se ofrece la satisfacción, el placer de obtener lo deseado.

Son espacios que no dudan en emplear las estrategias de la simulación, de la recreación de otros entornos —ya se trate de un pasado idílico, o de un lugar exótico, o de un urbanismo confortable- apelando directamente al imaginario como territorio del deseo. Jugar a estar en otro sitio, sentirse como si ese yo hubiera triunfado frente a los sinsabores de lo real no deja de tener también un ápice de delirio, delirio, por lo demás, inherente al narcisismo exacerbado.

Metodología

Desde el punto de vista metodológico este trabajo supone un modesto intento de aplicar a los edificios el análisis textual promovido por Jesús González Requena (1997) —ya empleado con notables resultados en las obras audiovisuales-. Partiendo de la premisa de que un texto es un espacio de producción de sentido conformado por los registros de lo semiótico, de lo real y de lo imaginario, se trata de ver en qué medida una obra arquitectónica puede ser interrogada en esos registros. Creemos que, en efecto, un edificio contiene elementos semióticos en tanto que hay signos, ya sean verbales o icónicos, y que, además, los propios elementos constructivos y decorativos son también significantes. Lo real, en tanto concepto que engloba la materia misma, el azar, la pulsión o la muerte, no deja de estar presente en toda construcción si bien ésta se levanta precisamente frente a las contingencias más inclementes de lo real, generando espacios de protección. De ese modo el edificio tiende a tapar lo real de su propia materialidad. Lo imaginario es el campo del deseo y está constituido por las imágenes que apelan a nuestros deseos. Es precisamente en el territorio de lo imaginario en el que se centra este trabajo al tratar de localizar los rasgos más notables de las imágenes -y los deseos a ellas asociados- que nos ofrecen un grupo de centros comerciales.

Dos son las características sobre las que establecer los hilos conductores de nuestra lectura ante una selección de edificaciones que, en principio, puede parecer demasiado heterogénea: 1) varias edificaciones se presentan como (re)creaciones de ámbitos urbanísticos distintos a los de los entornos donde se ubican; 2) la masiva utilización del cristal u otros materiales transparentes. En algunos de esos centros están presentes ambas características, lo que nos permite cierto diálogo fructífero entre propuestas que a veces se postulan como muy diferentes.>

1. Notas sobre la ideología del futuro

”El mundo, que a nuestro deseo sabe la condición para lisonjearla, pónesele delante mutable y vario, porque la novedad y la diferencia es el afeite con que más nos atrae: con esto acaricia nuestros deseos, llévalos tras sí, y ellos a nosotros”.

Francisco de Quevedo

Llamamos provisionalmente ideología del futuro a una amalgama de postulados comúnmente asumidos de forma bastante acrítica que tendrían, a nuestro entender, dos orígenes, uno filosófico y otro tecno científico. El origen

filosófico es hegeliano, concretamente la presunción de que existe un espíritu de los tiempos. El tecno científico consiste en creer que la constante aceleración del avance científico es un modelo suficiente para pensar el devenir cultural, social y civilizatorio en general. Recientemente, el filósofo inglés Roger Scruton ha planteado una reflexión bastante crítica respecto de la noción hegeliana del *Zeitgeist* o “espíritu de los tiempos”, calificándola de falacia, pues si las acciones son expresión de la libertad individual no serían libres sino determinadas por ese espíritu de los tiempos. Scruton considera que esa noción intentaba dar sentido a dos procesos interconectados: el avance de las sociedades occidentales y la emergencia gradual de individuos libres (Scruton, 2010).

Básicamente la ideología del futuro presupone que éste es cognoscible, determinable y deseable. En parte es cierto que la ciencia y la tecnología proporcionan a la gente ventajas considerables, comodidades que hacen concebir el futuro como algo mejor que el presente. Es la idea del progreso. La idea de que se puede vivir mejor mañana que hoy. Eso es algo empíricamente comprobable en muchas áreas de la vida y actividades humanas: lo más espectacular tal vez sea la medicina y la longevidad que no ha parado de aumentar. Pero de ahí se ha pasado considerar que todo lo nuevo por ser nuevo es mejor y eso tiene un componente fuertemente ideológico en el terreno social que no siempre resiste un análisis mínimamente racional. La palabra innovación se ha convertido en algo parecido a un dogma frente al que casi nadie se atreve a disentir, esa es su potencia, su fuerza ideológica. Resulta tan indiscutible como en otras épocas lo era un dogma relacionado con el ámbito de lo sagrado. Hay una fe ciega en el futuro, en la innovación constante, incluso por encima de la sensatez.

2. Leyendo algunos centros comerciales

2.1. Il vulcano buono.



Figura: 1. Il vulcano buono. Fuente: <http://www.thecoolist.com/volcano-buono-building-in-nola-italy>



Figura: 2. Plaza central del vulcano buono. Fuente: Fuente: <http://www.thecoolist.com/volcano-buono-building-in-nola-italy>

No muy lejos del Vesubio -en la pequeña ciudad de Nola que no supera los 35.000 habitantes- se alza desde 2007 el inmenso centro comercial llamado Il vulcano buono. En el centro, a modo de cráter, hay una plaza de 150 metros de diámetro donde se pueden celebrar todo tipo de eventos. Alrededor del cráter se extiende un enorme jardín circular. Tiendas, restaurantes, un teatro y un hotel quedan integrados en el conjunto del diseño arquitectónico. Tanto la forma como el nombre promueven una inversión semántica respecto del volcán. Recuérdese que el Vesubio sepultó las ciudades de Pompeya y Herculano en el año 79, que sigue activo y que los especialistas lo consideran bastante peligroso. Así, el discurso arquitectónico de este centro comercial reconoce al Vesubio como volcán malo, peligroso, es decir nombra por negación lo real e imprevisible de su capacidad destructiva. Éste, el construido por el hombre y su tecnología, es bueno, controlable y confortablemente habitable. El cráter es el lugar de la ignición y el caos pero en el volcán bueno es el lugar del encuentro, de la celebración, el ágora de la que Platón preferiría no tener que alejarse mucho.

2.2. Canal City Hakata



Figura:3. Canal City Hakata. Fuente: <http://www.canalcity.co.jp/eg>

Tiendas, restaurantes, hoteles, oficinas, cine y espectáculos alrededor de un canal forman, desde 1996, el Canal City Hakata en la ciudad japonesa de Fukuoka, una ciudad con casi millón y medio de habitantes. El inmenso y moderno tejido urbano de la ciudad está atravesado por varios ríos y canales que desembocan en la bahía de Hakata, en el estrecho de Corea. Ese canal de unos ciento ochenta metros de largo remite así a los otros cauces de agua cercanos de modo que todo el complejo es considerado como “una ciudad dentro de la ciudad”. Este centro ha sido diseñado por la empresa Jerde Placemaking fundada en 1977 por John Jerde. Como reza la web de la empresa, Jerde Placemaking se centra en la creación de espacios a donde a la gente le encanta ir. Nuestros espacios atraen a millones de personas cada día y hacen que quieran regresar. [...] Reinventa la auténtica experiencia urbana que se ha perdido debido a la planificación moderna. [...] La rápida modernización, sobre todo el coche, demandaba modelos en los que el peatón tradicional no encuentra acomodo.

El discurso explícito de esta propuesta habla precisamente de una reinención de lo urbano como experiencia de un retorno a un tipo de ciudad en la que se supone que no habría tráfico rodado como si hubiera habido alguna vez ciudades sin algún tipo de tráfico -realmente se hace difícil concebir un poblamiento de alguna entidad sin alguna maquinaria para el transporte, aunque se trate de carromatos tirados por bueyes o por esclavos-. Se trata por tanto de crear una burbuja de confort que invisibilice los automóviles ya que estos quedan escondidos en el aparcamiento subterráneo.

La estrategia tiene cierto parecido con la del volcán bueno por cuanto en ambas hay una recreación de un pasado urbano que se presenta como idílico ya sea el ágora griega ya sea una ciudad sin coches. Ese pasado es una construcción imaginaria que se presenta como deseable pues pareciera que en él no habría tensiones, conflictos, incomodidades sino solamente satisfacción inmediata de deseos porque el sujeto contemporáneo se lo merece. Es por eso por lo que bien podemos pensar que estas construcciones se levantan como monumentos al deseo narcisista.

Curiosamente es la ideología del futuro la que ahora se propone a sí misma como capaz de proporcionar al sujeto ese retorno al confort y la protección de la relación narcisista con la madre. De hecho, como recuerda la investigadora mexicana Inés Cornejo Portugal, “vientre femenino” es otra de las metáforas que se aplican al centro comercial. Esa ideología del futuro que se ha mostrado absolutamente vigorosa desde el S. XIX propugna paradójicamente un regreso a situaciones que se fantasean como paradisíacas, de modo que lo que se desea para mañana no es más que un pasado tan imaginario como el futuro.



Figura: 4. Mediacité. Fuente: <http://www.urbanity.es/foro/espacios-de-deporte-comercio-y-ocio-inter/20908-lieja-belgica-centro-comercial-mediacite.html>



Figura: 5. Interior de Mediacité. Fuente: <http://www.urbanity.es/foro/espacios-de-deporte-comercio-y-ocio-inter/20908-lieja-belgica-centro-comercial-mediacite.html>

En la ciudad belga de Lieja –con unos 193.000 habitantes- se inauguró en 2008 el centro Mediacité creado por el diseñador industrial Ron Arad. Su forma se asemeja a la de una serpiente hecha de costillas de acero y material transparente que alcanza los 350 metros de longitud. Revitalizar una zona industrial venida a menos ha sido el motivo declarado de un proyecto que afecta a 160.000 metros cuadrados. Esa estructura serpentiforme es también el nervio central que conecta las instalaciones repartidas por esa inmensa superficie para diversas actividades económicas, de cultura y de ocio, incluyendo seis salas de cine, una pista de patinaje olímpica, restaurantes, etc. El nombre “media –cité” alude a una idea de complejo urbanístico que facilita la comunicación y, en efecto, esa estructura de 350 metros constituye un pasillo que comunica dos zonas distintas del barrio postindustrial. A diferencia de planteamientos como el del Volcán bueno o el de Canal City en los que hay un motivo central, el cráter y el agua respectivamente, aquí se trata de un pasillo peatonal, de un lugar de paso, no de un sitio para estar.

En este caso, como en muchos otros, lo que se apodera del texto arquitectónico es precisamente el yo del diseñador. Y ese es un gesto bastante narcisista al cargar las tintas en la ostentación de una autoría, la de un diseñador muy reconocido en el terreno de los muebles. A caballo entre la escultura, el diseño industrial y el exhibicionismo ingenieril, la semántica de la función tiende a quedar diluida. Resulta ser un espacio centrífugo, si bien habrá que ver cómo la gente lo utiliza y le confiere otros valores inicialmente no previstos. El exhibicionismo tecnológico junto con la búsqueda de cierta organicidad son los rasgos más notables de esta propuesta en la que el término “cité” vuelve a recordar cierta idea de ciudad, en este caso una especie de ciudad de paso.

Por otro lado, esa estructura metálica que deja pasar la luz natural constituye también una evocación, o relectura si se prefiere, de las galerías comerciales -antecedentes directos del actual centro comercial- que proliferaron en algunas ciudades europeas a partir de la segunda mitad del siglo XIX.

2.4. Galleria Vittorio Emanuele II y antecedentes



Figura: 6. Galleria Vittorio Emanuele II. Fuente: http://www.panoramio.com/photo/18030257?comment_page=1

Una de esas galerías que sobrevive y forma parte de la agenda turística de Milán es la Galleria Vittorio Emanuele II, construida entre 1865 y 1877 con una combinación de historicismo arquitectónico y la, entonces nueva, técnica del hierro y el cristal para la cubierta.



Figura: 7. Galeries Royales Saint-Hubert. Fuente: http://en.wikipedia.org/wiki/Galeries_Royales_Saint-Hubert

Otras de las que sobreviven -concebidas hacia 1836 y finalmente inauguradas en 1847- son las Galeries Royales Saint-Hubert en Bruselas. Igualmente aquí se trata de conjugar unas referencias arquitectónicas historicistas que incorporan alusiones a una simbología clasicista -auspiciada por el academicismo pero ya en proceso de degradación- con las nuevas opciones ofrecidas por la revolución industrial.



Figura:8. Passage du Caire. Fuente: http://fr.wikipedia.org/wiki/Fichier:P1020024_Paris_II_Passage_du_Caire_reductwk.JPG

En la genealogía de este tipo de galerías hemos de remontarnos nada menos que a 1789 momento en el que Napoleón estuvo en Egipto y las formas de vida y las formas estéticas del cercano y del lejano Oriente empezaban a suscitar gran interés en Occidente. De esa fecha data el Passage du Caire, situado en el viejo París y concebido a imitación de esa peculiar disposición de los comercios en las estrechas calles árabes. De hecho, la anchura del pasaje no llega a los tres metros en la mayoría de los 370 metros de su longitud. Es el pasaje comercial cubierto más antiguo que se conserva y lo notable es que su nombre es una referencia explícita a una ciudad, El Cairo, dando así carta de naturaleza, desde finales del S. XVIII, a esa metáfora de la “ciudad dentro de la ciudad”.



Figura: 9. Crystal Palace. Fuente: http://en.wikipedia.org/wiki/The_Crystal_Palace

La mayor y más espectacular ruptura con el historicismo arquitectónico se produce en la Gran Exposición de 1851 de Londres, cuando Joseph Paxton construyó el Crystal Palace. Pevsner se refiere a este novedoso edificio en los siguientes términos: El Palacio de Cristal es la piedra de toque de mediados del siglo XIX, si se tiene en cuenta que pertenece enteramente a esa centuria y que, con todo, remite al siglo XX. Construido por entero en hierro y cristal, fue proyectado por un hombre que no era arquitecto, el cual, además, lo proyectó teniendo en cuenta la producción industrial, en cantidad, de sus elementos. En un sentido, es una fuente, un punto de partida; pero a su vez tenía sus fuentes, que hemos de buscar en el siglo XVIII (Pevsner, 1968).

Joseph Paxton, que no era arquitecto de formación sino un experto en jardinería de invernadero, construyó –tal vez sería mejor decir que fabricó– el Crystal Palace como demostración de la alta capacidad técnica e industrial inglesa con indudables tintes comerciales, esto es, con la intención de generar una imagen asociada a la innovación, al poderío, a la ideología de un futuro que ya sólo cabía pensar como progreso tecno científico imparable, o dicho de otro modo, se empezaba a construir un imaginario técnico y comercial deseable. Arrinconado lo sagrado, abolidas las referencias simbólicas como normas constructivas, a partir de aquí los edificios empezaron a ser ex-

hibición de nuevos materiales, de resolución de nuevos retos; de ese modo pasaban a alimentar el imaginario y a hablar de deseos que se imponen románticamente como nuevo motor social.

El Crystal Palace tiene, además, las características de una burbuja transparente, como una pompa de jabón; permite ver desde y hacia el interior, un interior protegido de los elementos pero visible desde el exterior, de modo que, cuando el cristal sustituye a los muros opacos en no pocas edificaciones y viviendas contemporáneas, la privacidad, la intimidad desaparece y pasa a ser potencial espectáculo. Ese es también el modelo del gran escaparate de casi todos los establecimientos comerciales contemporáneos con el propósito de espectacularizar el propio dispositivo de exhibición. Estamos por tanto ante uno de los fenómenos esenciales para el funcionamiento del mercado contemporáneo que es el de la sobreabundancia de imágenes. Desde el escaparate o desde el televisor, desde el edificio de cristal o desde la pantalla del ordenador nos llega el cotidiano magma de lo imaginario para hablarnos de nuestros propios deseos.

Los centros comerciales son los espacios en los que todos esos dispositivos quedan concentrados en una burbuja que se propone como diferente respecto de lo que hay en el entorno inmediato. Y dentro de esa burbuja, en no pocos casos, el fingimiento, la simulación, la recreación de otros ámbitos, ya sea un ágora-cráter, una pequeña ciudad atravesada por un canal, unas callejas de un zoco árabe o, incluso, unas pendientes nevadas.



Figura: 10. Mall of the Emirates - Dubai. Fuente: <http://www.malloftheemirates.com/en/entertainment/SkiDubai>



Figura: 11. Mall of the Emirates - Dubai. Fuente: <http://www.malloftheemirates.com/en/entertainment/SkiDubai>

Teatro, cines, parque de atracciones, alrededor de 500 tiendas, dos hoteles de lujo, setenta restaurantes y la pista de esquí cubierta más larga del mundo forman parte del Mall of the Emirates - Dubai en los Emiratos Árabes Unidos. La web de este inmenso centro comercial que funciona desde 2005 dice sobre esa simulación alpina: Ski Dubai es una atracción de montaña única que ofrece la increíble oportunidad de disfrutar de la nieve en el desierto. Lo increíble es elevado aquí a la condición de lo más deseable: la nieve en el desierto. He ahí un buen ejemplo de realidad construida, de realidad que también produce asombro y, en esa misma medida, el asombro

se pone al servicio de un imaginario narcisista en el que los deseos más difíciles se alcanzan y se disfrutan. Resulta elocuente la fotografía de los cristales que formalizan la relación entre el espectáculo y los espectadores proporcionando aún otro espectáculo más cual es el de ver las actitudes de quienes miran. Se trata de un monumento al hedonismo que exige la participación activa de la gente, aunque sólo sea la de acudir, pasear, mirar... De hecho, este centro resultó ser en 2007 la octava atracción turística más visitada del mundo.

3. Deseo y angustia

Es evidente que lo grandioso reside en el triunfo del narcisismo, en la inatacabilidad del yo triunfalmente aseverada. El yo rehúsa sentir las afrentas que le ocasiona la realidad; rehúsa dejarse constreñir al sufrimiento, se empeña en que los traumas del mundo exterior no pueden tocarlo, y aun muestra que sólo son para él ocasiones de ganancia de placer. Esto dice Freud en un artículo de 1927 titulado *El humor*. Aunque su propósito es reflexionar sobre los mecanismos psíquicos del humor, este fragmento resulta idóneo para pensar lo que está en juego en este tipo de instalaciones comerciales. La misma puesta en escena que propician estos espacios sofisticados está al servicio de esa inatacabilidad del yo triunfalmente aseverada y del empecinamiento en que los traumas del mundo exterior no pueden tocarlo. Si pensamos en que bastantes de estos complejos comerciales incluyen elementos que provienen del parque de atracciones —es como trasladar a un interior protegido lo que podría llegar a ser traumáticamente real—, reconoceremos también, en esa última frase de la cita de Freud, qué es lo que hay en juego: la simulación del enfrentamiento a un reto peligroso, pero sin gran peligro —a no ser que las máquinas fallen—. Por eso, el yo [...] aun muestra que sólo son para él ocasiones de ganancia de placer. En cierto modo, lo que se pone en marcha es una especie de representación en la que el protagonista es el yo narcisista del sujeto, una representación lejos de todo ritual simbólico. En un ritual simbólico apoyado en el correspondiente relato, lo real estaría señalado como sagrado pero en el centro comercial lo que se despliega es un infinito juego de espejos —los escaparates funcionan también como superficies de reflexión óptica— para ir desplazando indefinidamente lo real. Así, el centro comercial se ofrece como un universo proteico dispuesto para procurar toda clase de satisfacciones a ese yo anhelante y, por tanto, angustiado. La angustia es la contrapartida del gesto narcisista pues, al fin y al cabo, el sujeto algo sabe de lo real, algo sabe de sufrimientos y de traumas. Los dispositivos comerciales espectacularizados ofrecen una especie de ortopedia emocional en la que lo real puede llegar a pensarse bajo control, actitud que implica cierto delirio.

Conclusiones

La ideología del futuro y el narcisismo se realimentan mutuamente como dos formaciones cuyo ámbito de acción es el mismo imaginario. Los centros comerciales reúnen de forma harto elocuente los rasgos narcisistas e ideológicos que convierte a aquellos en sofisticados monumentos erigidos a mayor gloria del deseo y de la creencia en un futuro más satisfactorio que el presente.

- Que paredes y tejados pierdan su opacidad y sean transparentes es la primera condición del dispositivo espectacularizador de la arquitectura del centro comercial. El cristal y materiales similares aíslan, separan y protegen a la vez que potencian la pulsión escópica del sujeto. Desde el Crystal Palace de Paxton de 1851 la idea de crear burbujas transparentes y acogedoras no ha cesado de reproducirse.

-Algunos de esos centros comerciales que aquí analizamos son de construcción reciente, de poco antes de que se declarara la gran crisis económica global. Esta nueva situación vendría a cuestionar precisamente ciertas ilusiones imaginarias sobre las cuales se han edificado las creencias sociales sobre el bienestar; bienestar cuya cristalización se concibe, en buena medida, en torno al dispositivo del escaparate y, más concretamente, se concibe como posibilidad de poseer lo que hay tras el gran cristal, de modo que el yo pueda protagonizar su omnipotencia.>

Referencias

Cornejo, Inés. El centro comercial: un espacio simbólico urbano más allá del lugar común. Unirevista. Vol. 1, n° 3. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2006. P. 1. Extraído el 10 de agosto de 2011. http://www.alaic.net/ponencias/UNIrev_Portugal.pdf

Freud, Sigmund. Obras completas (1927-1931) . Tomo XXI. Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1992. P. 159.

González Requena, Jesús. Los tres registros del Texto. Revista Trama y Fondo N° 1. Madrid, 1997 P. 10-11.

Jerde, John. Extraído el 15 de agosto de 2011. <http://www.jerde.com/flash.php>

Pevsner, Nikolaus. Los orígenes de la arquitectura moderna y del diseño (1968). Gustavo Gili, Barcelona, 1978. P. 11-12-13.

Quevedo, Francisco de. Sueños y deseos (1621). Unidad Editorial, Madrid, 1999. P. 70.

Scruton, Roger. Usos del pesimismo. El peligro de la falsa esperanza (2010). Ariel, Barcelona, 2010. P. 128-129.

RUTAS COMERCIALES URBANAS DE LOS MODELOS DE FEMINIZACIÓN EN LA CULTURA VISUAL CONTEMPORÁNEA

Inmaculada Otero Carrasco

Doctoranda - Investigadora

Facultad de Bellas Artes. Universidad de Sevilla. Avda. Mar Mediterráneo nº27, B5 3ºB. Alcalá de Guadaíra. Sevilla (España)

CP 41500 Tlf: + 34 645111556 Email: inma.otero@gmail.com

Resumen

Desde los primeros momentos, la identidad y género de las personas nacidas dentro de la Cultura Occidental, queda definida o al menos señalada por el uso de un lenguaje plagado de una significación sexual establecida. La histórica diferenciación entre sexos emprendida desde el seno familiar, ha incentivado al ámbito comercial para crear los llamados Mercados de Género; los cuales amplían y diversifican su oferta atendiendo a los hándicaps atribuidos en las diferentes etapas que marcan la formación de unos roles identitarios definidos por el entorno.

Los cambios sociales conseguidos por la mujer en los últimos 20 años la han situado en un mejor posicionamiento dentro del sistema, dotándola de un mayor poder adquisitivo y autonomía que la han convertido en el objeto de prácticamente toda la totalidad de los mercados minoristas que incentivan el consumo a pequeña escala.

Esta situación se ha visto reflejada en el paisaje de grandes ciudades de todo el mundo, donde los Mercados de Género orientados al consumo femenino, han transformado sus vías principales literalmente en escaparates de los modelos de feminidad creados para la comercialización, los cuales son material y discurso predilecto de muchas disciplinas artísticas contemporáneas.

En “Rutas Comerciales Urbanas de los Modelos de Feminización en la Cultura Visual Contemporánea” abordaremos cómo el paisaje del Casco Antiguo de Sevilla ha asumido el consumo propio de los imaginarios sociales como una práctica cultural basada en la búsqueda de la experiencia estética sobre el acto cotidiano de la mujer y la definición de su identidad social.

Palabras clave

Género, cultura, imagen, imaginarios, comercio. Arte, ciudad.

Abstract

From the beginning, identity and gender of people born into Occidental Culture, is defined or at least marked by a language plagued with an established sexual significance. The historical difference between sexes undertaken within the family, has encouraged the trade sector to create the so called Generic Markets of gender, which broaden and different stages that mark the formation of identity roles defined by their surroundings.

The social changes achieved by women in the last twenty years has situated them in a better position inside the System, providing them with a higher purchasing power and independence that has practically turned them into the whole object of the minority markets that encourage consumption on a small scale.

The situation is reflected in the scenery of cities worldwide, where feminine gender consumption orientated markets have literally transformed their main street shop windows with models of femininity created for marketing, which are favourite material and speech of many contemporary artistic disciplines.

Along “Commercial Urban Routes of Femininity Models in a Contemporary Visual Culture”, we find how the scenery of the old part of the city of Seville has assumed its own personal use of the social image as a cultural practice based on the search of aesthetic experience over a woman daily routine and definition of her social identity.

Key words

Gender, culture, image, imaginary, trade, art, city.

Introducción

“Rutas Comerciales Urbanas de los Modelos de Feminización en la Cultura Visual Contemporánea” es un fragmento de la investigación Imaginarios Sociales femeninos en la Cultura Visual Contemporánea. Un proyecto de tesis puesto en marcha en la Universidad de Sevilla dentro del programa de doctorado. Artes Visuales y Educación: un Enfoque Construccionalista.

En términos generales, nuestra investigación gira alrededor de la evolución experimentada por las Artes Visuales al vincularse con las nuevas tecnologías desde finales del SXX hasta nuestros días; para concluir en los efectos que la producción artística tiene sobre la población al llegar a ésta a través de los medios de comunicación de masas en formatos no relacionados con su función metadiscursiva, sino con su proyección comercial.

El fragmento que aquí presentamos corresponde a la descripción del proceso de materialización de los imaginarios sociales femeninos lanzados por el ámbito empresarial en la cualidad física de un entorno concreto y su población. Lo cual nos servirá para analizar posteriormente cómo los modelos de feminización implantados por los mercados de género pasan a ser un contenido de la Cultura Visual de la ciudadanía.

Objetivos

Objetivos del proyecto de investigación donde se incluye el artículo presentado.

Objetivos generales:

Determinar los factores que puedan dar categoría de tendencia artística a los proyectos de transformación femeninos que se siguen para alcanzar los modelos estéticos establecidos en los imaginarios sociales contemporáneos.

Analizar los distintos posicionamientos de la población femenina hacia los modelos propuestos en los imaginarios sociales y prácticas que los ponen en marcha.

Estudiar qué circunstancias producen las tendencias y de qué manera repercuten en el funcionamiento social.

Objetivos del trabajo de campo:

Verificar que los grandes centros y marcas comerciales utilizan las artes y recursos visuales con el fin de recrear imaginarios sociales femeninos con los que incentivar el deseo de consumo del público.

Determinar e número y tipos de imaginarios sociales femeninos que se recrean en los centros comerciales que serían objeto de nuestro estudio.

Localizar qué productos son los más representativos de cada imaginario social recreado e identificar los medios de los que se valen para crear y difundir su identidad visual.

Analizar la conducta del público femenino dentro de los espacios.

Metodología

Fase descriptiva cualitativa en base a trabajo de investigación-acción.

Para llevar a cabo una investigación etnográfica es imprescindible desarrollarla a través del trabajo de campo como metodología de indagación. El trabajo de campo consistirá fundamentalmente en la incursión de la investigadora dentro del entorno que es objeto de estudio. Su actividad será recopilar datos a través de la mera observación en unos casos, y en otros participando en el contexto asumiendo distintos roles.

En nuestro caso estaríamos planteando una investigación etnográfica basada en un trabajo de campo no invasivo. Es decir, que se llevaría a cabo fundamentalmente mediante la observación y análisis de lo que acontece en los centros comerciales, sin tomar contacto alguno con el público que en ellos actúa.

1. Rutas comerciales urbanas de los modelos de feminización en la Cultura Visual Contemporánea.

1.1. Introducción a los imaginarios sociales de género.

El hablar de imaginarios sociales no es más que hablar de los procedimientos y argumentos que se lanzan a una población desde las diferentes esferas públicas, para que el comportamiento de sus integrantes se homogenice en base a unos objetivos trazados en función de los intereses del sistema instaurado. Dichos objetivos son diferentes o van transformándose a medida que cambiamos de localización, cultura o periodo histórico. Sin embargo, es común en todas las culturas y épocas que haya una fuerte insistencia sobre la diferenciación entre lo femenino y lo masculino y la creación de unos imaginarios que marquen las pautas de conductas para que uno y otro sexo se transformen en uno y otro género.

Echando una mirada al pasado vemos que en el transcurso de la historia, los atributos adheridos al sexo femenino eran el resultado de las relaciones y jerarquías de poder establecidas en cada sistema social; donde la mujer permanecía apartada de la vida pública, el trabajo remunerado, la toma de decisiones a todas las escalas y en general de la igualdad de actuación y derechos con respecto al hombre. Tras los primeros movimientos feministas surgidos en la Ilustración y posteriormente con la incursión de la mujer al mercado laboral en la Revolución Industrial, el papel y la participación de la misma dentro de los diferentes entornos públicos en Occidente se han ido transformando de forma progresiva al mismo ritmo que cambiaban los fundamentos en que se basaban las jerarquías de poder.

Durante el transcurso del SXX los dictámenes que ordenaban las escalas sociales pasaron a priorizar los intereses económicos sobre los políticos, de manera que en la actualidad el sector empresarial es lo que estructura el funcionamiento del sistema social y el que ha reubicado a la mujer dentro del esquema aportación-consumo-participación en el sistema económico Occidental, al ser el colectivo femenino un importante aporte de ingresos y generador de producción.

La incursión plena de la mujer en el mercado laboral y el incremento del poder adquisitivo que ello supone, también ha afectado a los roles que se le atribuían dentro de los núcleos de convivencia. De manera que actualmente podemos encontrar distintos patrones familiares dentro de una sociedad ecléctica, donde la mujer sale del ámbito privado para hacerse notar como integrante participativo y fundamental del sistema organizativo social. Pudiendo así aspirar a otros modelos identitarios que dejan de someter a las exigencias y handicaps a los que se veía atada hasta no hace mucho. No obstante otras exigencias sociales públicas son las que hoy determinan el desarrollo personal de la mujer. Una cultura visual masiva, una necesidad de valoración fuera del ámbito privado, el entorno laboral, la sociedad de consumo y otros muchos factores contextuales, han demandado unos modelos ideales de mujer y han abierto todo un mercado con el que fabricarlas.

1.2. Mercados de género. Simbología del consumo e identidad.

Es un factor común en todas las épocas y culturas el clasificar la población según el sexo con el que se nace, e inmediatamente conducir el desarrollo de su identidad definiendo las pautas de comportamiento, actitudes y delimitación de los campos de actuación que corresponden respectivamente a la hembra y al varón de la especie humana. Esta atribución simbólica de valores conferidos a las acciones que cada sexo debe desempeñar en la sociedad es a lo que nos referimos cuando habitualmente usamos el término género, a los procesos de feminización o masculinización.

El nombre escogido para cada persona, las entonaciones de voz y términos utilizados al hablar, o los juegos que se utilizan para entretener y enseñar a un/a bebé están llenos de connotaciones genéricas con las que vamos induciendo a que un varón se comporte como un niño y que la hembra llegue a tener las actitudes y preferencias de una niña. Estos procesos de formación de identidad son puestos en marcha automáticamente en el seno familiar desde los primeros momentos de la vida de una persona, como parte de la educación y el aprendizaje que desde la lactancia se recibe en el contexto más íntimo. Sin embargo, esta labor de distinción entre géneros se ha visto apoyada desde la cultura de cada población, donde la simbología genérica adopta para sí desde abstracciones subjetivas como la belleza para las niñas, hasta objetos cotidianos como un balón para los niños. Es aquí, en la materialización de esta simbología cultural donde comienza la puesta en marcha de los mercados de género; siendo las primeras etapas de su aplicación donde la significación de cada objeto toma más importancia en la posterior formación identitaria. Un claro ejemplo de ello asociado con la representación visual es la atribución de connotaciones genéricas a determinadas gamas cromáticas para diferenciar los bebés con distintos sexos, los espacios que habitan y los utensilios que les son propios. Esta simbología genérica multiplica su carga si consideramos el significado cultural que los colores tienen de por sí. De manera que las gamas frías compuestas de azules, verdes y colores neutros, utilizadas para vestir y decorar los entornos infantiles masculinos, se asocian y transmiten uniformidad, tranquilidad, estabilidad y formas rectas; mientras que para vestir y ambientar los entornos infantiles femeninos se utilizan las gamas cálidas compuestas por rojos (rosados), amarillos y violetas, con valores asociados a la pasión, el romanticismo, la dulzura, la creatividad y las formas curvas. El uso de estas gamas cromáticas respectivamente para cada sexo estará vigente en todas las etapas de la vida de una persona a través del hábito de consumo, al igual que lo hacen otras muchas señas visuales indicativas de este factor.



Fig.1. Beyerl Spielwaren. Categorización de productos infantiles según género asociado a gama cromática. Landstrasse. Linz, Austria (2011).

Pero el mercado de género es algo más que diferenciar los artículos por colores y ha trazado toda una planificación comercial cuyo objetivo principal es convertir cada línea de productos en:

Un rasgo genuino de la identidad de género que recalca la feminización o la masculinización como si de los mismos órganos genitales se trataran. De forma que existen parcelados comerciales cuya distribución, presentación y publicidad, están orientados únicamente bien a hombres o bien a mujeres.

Una solución o apoyo indispensable para alcanzar las diferentes estereotipias generadas dentro de los colectivos de género, o las necesidades que se crean dentro de los mismos.

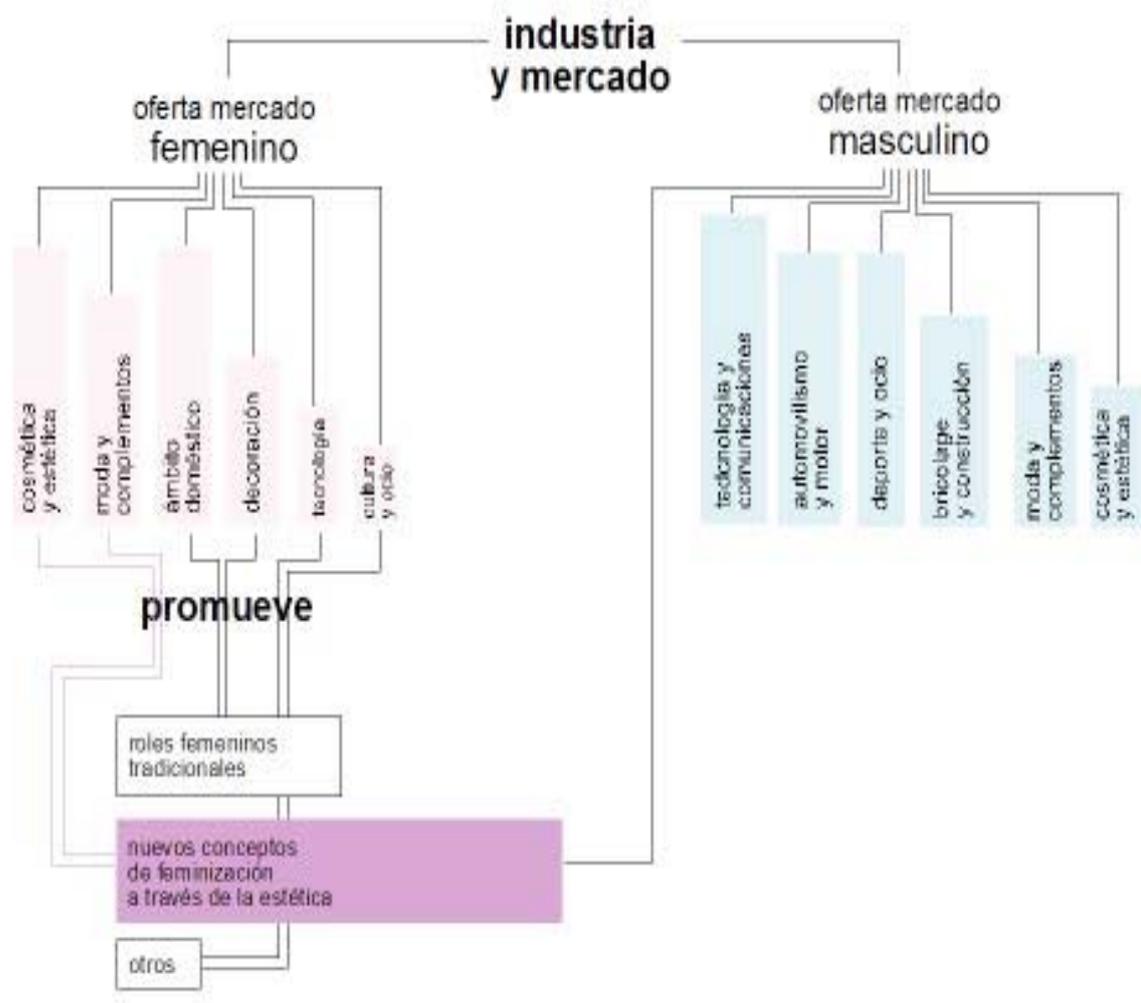


Fig.2. Mapa conceptual sobre mercados de género. Distribución de las secciones genéricas en un centro comercial en función de los roles asumidos por la población femenina.

1.3. Comercio de Género en la ciudad. La experiencia estética del consumo.

Pero a pesar de ofrecerse un amplio abanico de servicios, es en los sectores del cuidado de la imagen personal femenina donde se invierten más recursos y donde se calculan mayores resultados. Moda y Complementos o

Perfumería y Cosmética, son las secciones que se ven favorecidas con medidas extraordinarias para incentivar la venta, como pueden ser: la publicidad audiovisual externa, campañas especiales, óptima ubicación o mayor número empleados por comercio.

Todo el tratamiento preferente a estas secciones solamente significa que de una manera evidente hay una mayor inversión de las consumidoras en los productos que aquí se ofrecen. Este público formado mayoritariamente por mujeres de entre 18 y 45 años, han encontrado en el consumo de tendencias textiles y cosméticas una manera de expresar su identidad, inquietudes, actitudes, estatus social, estados de ánimo, etc., mediante el uso de un lenguaje visual basado en la metamorfosis corporal que busca del placer dado por la vivencia de la experiencia estética. Una transformación que camina hacia la aproximación de unos modelos ideales de mujer asentados ya en la Cultura Visual de nuestro momento social. Unos estereotipos marcados por los imaginarios sociales que nadan en los medios de comunicación de masas como el concepto de una nueva feminización que se materializa en la faceta comercial del Arte, de la creatividad y el discurso puesto en manos de la industria en forma de producto, de publicidad y finalmente de identidad visual.

Es de esta manera como el mercado de género se introduce en nuestro paisaje urbano. Primero de manera virtual difundiendo la simbología atribuida al consumo a través de los medios de comunicación. Desde la prensa, la televisión o Internet, se nos muestran con una valoración positiva prototipos de mujer que suman a los rasgos naturales nuevas características conceptuales de la feminización, que se obtendrán a través de la apropiación de la imagen portada por las abanderadas del cine, los matinales, las series adolescentes y demás arquetipos ficticios, o reales transformados por la aportación material.

Desde el mundo de la Cultura (especialmente la Visual) el atuendo pasa a formar parte del discurso que entabla su portadora con el entorno. El siguiente paso por tanto es implantar los imaginarios propuestos desde los media en el contexto donde se desarrolla la vida del público objetivo. Es decir, poniendo al alcance de la población los artículos con los que se construyen los imaginarios sociales femeninos, que al llegar al comercio a pie de calle vuelven a ser recreados por el vendedor minorista a través de la identidad corporativa, los valores que promueve cada marca y la actividad que realizan.

Rutas comerciales urbanas

Es así como la imagen de las firmas del grupo Inditex, Mango, HyM, Benetton Group S.p.A, Yves Rocher y otras, se han fundido con los edificios de las calles más emblemáticas de nuestras ciudades, guardándose en nuestra memoria visual como parte de la identidad de los cascos antiguos que en la actualidad hacen las veces de portadores de la historia de nuestros municipios y de centros comerciales abiertos donde la reiteración de la identidad femenina a través de la estética se ha convertido en una forma más de consumir cultura a través de las manifestaciones de las Artes de Servicio o índole comercial, especialmente en las diferentes ramas del diseño.

Pocas capitales europeas son las que no incluyen sus centros comerciales abiertos entre su oferta turística, nombrándose en las guías oficiales sus calles comerciales, los mercados, o incluso las casas de alta costura situadas en edificios históricos de las ciudades, como punto de interés cultural y visita obligada.

Es el caso de Fauborg – Saint – Honoré en París, Via Condotti en Roma, Bond Street en Londres, Kurfürstendamm en Berlín o el área La Milla de Oro de Madrid situada en el barrio de Salamanca. Lugares donde el paseo

es un auténtico espectáculo visual, una galería de la alta costura donde el glamour envuelve a los transeúntes. Igualmente en estas mismas ciudades otras calles comerciales albergan a firmas más modestas, que precisamente por ser más asequibles son las que más peso tienen en la materialización de los citados imaginarios sociales femeninos. Hablamos de Oxford Street en Londres, la Via del Corso en Roma, Getreidegasse en Salzburgo, Landstrasse en Linz, Serrano en Madrid entre otras, que acogen a las firmas textiles que antes hemos mencionado.

De esta manera podemos ver cómo en primer lugar los espacios urbanos quedan definidos por el rango económico de la clientela de los comercios. En consecuencia el tipo de tránsito del primer grupo dominado por empresas como Gucci, Ives Saint Laurent o Chanel, estará frecuentado en mayor medida por una población con un nivel adquisitivo alto. Mientras que calles como Oxford o Landstrasse donde situamos a Zara, Pimkie, Mango y similares, encontramos un público con una diversificación de clases mayor.

En Sevilla, la proliferación de los centros comerciales en los últimos 10 años ha sido bastante acelerada; llegando a ser en 2008 junto con su área metropolitana la 4ª área comercial más importante de España tras Madrid, Barcelona y Valencia. Suponiendo el 29% del total de los encontrados en toda Andalucía.

Tan sólo en la capital hay 12 centros comerciales de distintas tipologías. En algunos casos solamente los separan unos 150m y entre ellos predomina la opción de centro comercial de ocio e hipermercado. Sin embargo solo uno de ellos es denominado como galería comercial urbana o centro comercial abierto, como lo hemos llamado hasta ahora. Este último tipo será el que ocupe nuestro análisis ya que es en torno a lo que siempre hemos conocido como calle comercial donde la población interactúa con el espacio urbano y se integra en él a través del hábito de consumo que ha acabado por convertirse en un culto al diseño y la identidad visual.

La galería comercial a la que nos referimos es la ubicada en el Casco Histórico de Sevilla, el cual quedaría atravesado por una sucesión de calles que formarían la arteria principal que se extiende desde la Plaza Nueva pasando por las calles Tetuán, Velázquez, O'Donell y Amor de Dios, hasta llegar a la calle Feria. Esta arteria, discurre en su primer tramo paralela a la famosa calle Sierpes que también forma parte de la galería, y perpendicular a ambas ya con menos afluencia, otro recorrido que comprende desde la Plaza del Duque de la Victoria pasando por La Campana, la calle Laraña, e Imagen, hasta la Plaza del Cristo de Burgos, donde se terminaría el grueso de la actividad comercial.

Tal y como indica la figura nº 3, desde una perspectiva de género podemos comprobar que hay una clara diferenciación entre las zonas que han sido “sexuadas”:

La zona comercial masculina está situada en en la c/ Sierpes y la Plaza de la Magdalena. Refleja los estereotipos promovidos por los imaginarios más convencionales en sus comercios: moda masculina, tecnología y deporte. Pudiendo encontrar en esta calle una tienda Aplee, Foto Supra, Springfield, JVZ, Celop Man, El Cronómetro, Deportes Z, Hermes Govantes, acompañados de al menos 3 de las más prestigiosas joyerías de Sevilla, algunos servicios de hostelería y unas cuantas tiendas de moda y calzado femeninas.

La zona comercial femenina se extiende a través de la arteria principal desde Plaza Nueva hasta O'Donell y plaza del Duque, pero también ocupa las ramificaciones que nacen en esta arteria especializando su oferta.

Plaza Nueva y Plaza del Duque dentro de El Corte Inglés nos presentan la oferta más cara con firmas como Escada o Vittorio & Luccino entre otras. Buscan un público más selecto y juegan un papel más discreto que en otras capitales europeas al ser el poder adquisitivo en Sevilla más bajo en líneas generales.

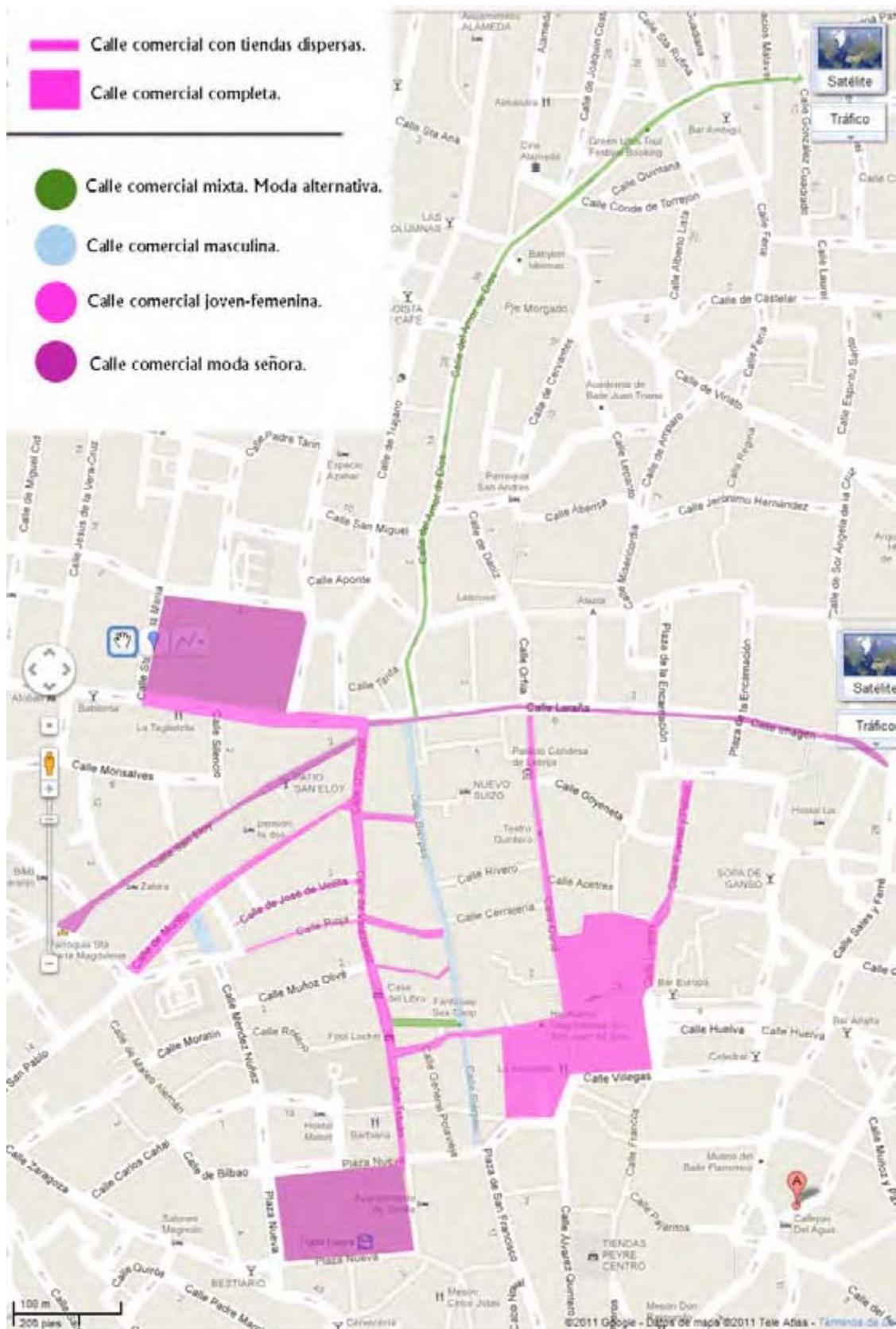


Fig.3. Distribución de la zona comercial y materialización de imaginarios social en el Casco Histórico de Sevilla.

En Tetuán-Velázquez-O'Donell es donde se hace evidente la recreación de los imaginarios sociales femeninos más fomentados por los medios. En esta vía podemos encontrar fundamentalmente complementos, calzado, perfumerías y moda exclusivamente femenina, dirigida casi en su totalidad a una población de clase media con edades comprendidas entre los 16 y los 35 años. Cabe destacar que las firmas que encontramos pertenecen en su mayoría al grupo Inditex, quien en un afán por monopolizar la galería ha implantado en menos de 500m de recorrido hasta 4 tiendas Zara (tan solo 1 masculina), 3 tiendas Springfield, 2 Stradivarius y 1 Oisho, Pull & Bear y Bershka. Sus competidores directos han intentado sumarse al acaparamiento de espacio y Mango, United Colors of Benetton, Blanco y C&A, también cuentan con dos tiendas cada una en los mismos 500m de recorrido. Como vemos, las opciones de compra se van limitando con este patrón, que se repite en el resto de centros comerciales sevillanos, impidiéndose así el acceso a otros posibles modelos visuales.

Por un lado, encontramos en el tramo descrito el acceso a los estereotipos femeninos más convencionales para la mujer joven y activa. Pero si miramos a ambos lados de la arteria principal vemos como el resto de las calles describirían el atuendo del resto de las etapas de la vida de la mujer. Por un lado en la calle San Eloy (salida de la calle O'Donell) encontramos comercios dedicados a la moda de señora a partir de los 40 años en adelante. Marcas menos conocidas cuyos propietarios/as tienen negocios particulares con tallas superiores a la 42, no dependientes de una multinacional.

En el otro ala de la arteria, en la calle Sagasta comienza a venderse un estereotipo bastante habitual en la ciudad: la mujer de tradición cristiana casada y preparada para formar un modelo de familia tradicional. En la calle Sagasta comienza la oferta de trajes de comunión , novia y festejos, ocupando la práctica totalidad de la Plaza del Salvador y la Plaza del Pan hasta el final de la calle Cuna, donde este negocio convive con la venta de otro clásico sevillano como es la moda flamenca.

Por último localizaríamos una zona genéricamente mixta donde se concentra la oferta de carácter alternativo, especialmente consumida por jóvenes. En este tramo de la arteria principal que parte de la calle Amor de Dios y termina en las inmediaciones de la calle Feria encontramos los comercios dedicados a un consumo que hace referencia a tendencias culturales más reivindicativas de la identidad propia, aunque también tras un tratamiento comercial se hayan convertido también en convencionalismos. Tiendas de ropa de 2ª mano y vintage, gótica, grunge, hip-hop o simplemente diseño independiente que se sale de los estereotipos más populares, se sitúan en esta zona en torno a la Alameda de Hércules que es punto de reunión de los mismos consumidores de la zona. También por aquí encontramos una buena variedad de negocios dedicados al body – piercing, tatuaje, salas de teatro independiente, pequeñas librerías y locales dedicados a hostelería de diferentes clases.

Podemos observar con esta distribución de espacios, que las diferentes tendencias estéticas y su consumo van asociadas a distintas maneras de entender la integración del ciudadano en la ciudad, quedando las zonas de actividades culturales reubicadas por el avance de las zonas comerciales, que a su vez generan nuevas formas de ocio y dan una nueva categoría al hábito de compra, el cual pasa de ser una actividad estrictamente utilitaria, a ser un modo de culto hacia la moda y la transformación corporal. Es en este trazado, donde el tránsito originado en cada uno de sus tramos demuestra cómo es el sector comercial el que establece los recorridos visuales, los itinerarios del viandante y la agrupación de colectivos sociales conforme a diferentes factores, entre los que cabe destacar el poder adquisitivo, el género y la tendencia sobre estilos de vida.

Conclusiones

En resumen y como conclusión podemos decir que la distribución de los espacios urbanos en función de la actividad comercial en torno a los mercados de género, es una extensión del auge de la Cultura Visual, que salta de los medios de comunicación de masas y los entornos artísticos a la vida real, donde el hábito de consumo adquiere una simbología que deriva en un lenguaje visual que cada persona utiliza como vehículo de expresión de su identidad. Sin embargo en Sevilla, más que como un espacio de exposición y expresión creativa de una forma de producción artística-cultural, queda reducido a la actividad mercantil al estar el espacio monopolizado por grandes multinacionales del textil, que actúan dirigiendo el tráfico ciudadano y separando las diferentes maneras de vivir la ciudad y expresarse dentro de ella a través de la identidad visual.

Desde este escrito se propone que el Casco Histórico de Sevilla, aprovechando el carácter empresarial que las rutas comerciales instauradas le ha inferido, abra sus opciones comerciales en esta zona a la creación artística local dentro del ámbito del diseño, la confección y el estilismo, como forma de enriquecimiento cultural propio de la ciudad. A esta iniciativa debería sumarse un proyecto que utilice el espacio público como lanzadera de nuevas prácticas artísticas desde la Identidad Visual, donde sea contemplada la participación ciudadana. De este modo se estaría planteando un modo de contemplar la ciudad como un escenario vivo donde las prácticas artísticas, la información y la investigación

Referencias

No se hace referencias a citas expresas.

LA CONFIANZA COMO MOTOR DE CRECIMIENTO EN LAS CIUDADES

Carlos del Val Merino

Responsable de Marketing de Producto y Doctorando

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Málaga. C./ Concha Espina nº 8, portal 12, 1º B, Getafe,

Madrid (España) 28903 Tlfn: + 34 619021094 Email: cval_exmba2002@yahoo.es

Resumen

Desde el origen de los primeros asentamientos urbanos hasta la creación de las megalópolis, la confianza se ha convertido en la clave para dar significado a la convivencia entre sus ciudadanos haciendo crecer al sistema social.

La confianza recíproca y en lo que nos rodea (servicios de salud, seguridad...) nos hace sentir seguros y defender estas ciudades como algo nuestro. Sin esta confianza de la que las personas se nutren, las ciudades se desintegrarían dejando de considerarse un entorno de convivencia.

La era de la globalización ha aportado al ambiente social cada vez mayor complejidad, que se ha extrapolado al entorno de las ciudades, haciendo que exista un nivel de anonimato e impersonalidad que nos hace vivir aislados, dificultándose las relaciones y posibilidad de la generación de confianza.

Esta complejidad viene agravada por la crisis no solo económica sino también de valores, provocando que las administraciones públicas españolas vayan perdiendo la confianza, no solamente de los ciudadanos, sino también la de los funcionarios que no dejan de ser los encargados de dar servicio a la sociedad.

La generación de confianza haría que esa complejidad fuera más tenue, simplificando y racionalizando la existencia de comportamientos de riesgo, prevaleciendo la confianza sobre toda fisura de la vida humana, y generándose el cimiento para el crecimiento de toda ciudad.

Se hace necesaria una reflexión por parte de los grupos de interés, sobre la aplicación de reglas éticas que favorezcan la generación de confianza, ayudando al crecimiento de las ciudades en el ámbito socio-económico.

Palabras clave

Ciudad, Globalización, Ética, Confianza, Cultura del cambio, Crecimiento.

Abstract

From the early beginning of the first urban settlements to the actual megacities, trust has become the key point to give a meaning to its citizen's coexistence, making a growth in the social system.

Reciprocal trust and what surrounds us (healthcare systems, policemen,) makes us feel safe, secure and defend these cities as part of us. Without this confidence that feed up citizens, actual cities would disintegrate, considering them as a no-coexistence and appropriate environment.

Globalization era has contributed to the social environment adding bigger complexity, complexity that has been extrapolated to the cities environment, generating a level of anonymity and impersonality that makes us living isolated, making more difficult the people relationships and the possibility of trust generation.

This complexity gets worst because the crisis situation, not just economical but also in the human value sense, causing that the spanish public administration loose confidence, not only of the citizens but also of public workers, who are the ones in charge of serving the society.

Trust generation will make, that this complexity become more tenuous, simplifying and rationalizing risk behaviors existence, prevailing confidence over whatever crack in human life, and generating the core for the cities growth.

It gets necessary to think about the implementation of ethical rules in order to trust generation, helping to the cities growth in a socio-economical environment.

Key words

City, Globalization, Ethic, Trust, Culture of Change, Growth

Introducción

En un contexto de crisis no solo económica sino también de valores, caracterizado por una alta tasa de desempleo y de incertidumbre, los organismos y administraciones públicas españolas que gobiernan las ciudades han ido perdiendo la confianza no solamente de la sociedad, sino también la de los trabajadores y funcionarios públicos que no dejan de ser los encargados de dar servicio a esta sociedad.

La carencia de principios morales y éticos, el afán de protagonismo y ansias de poder por parte de varios miembros de la clase política, hacen que difícilmente se pueda llegar a confiar en estos líderes. Esta falta de confianza y de ejemplos a seguir influyen en la poca motivación de los funcionarios a la hora de acometer nuevos cambios que les ayuden a ser más productivos. Esta falta de productividad cuyo reflejo es detectado por parte de la ciudadanía, está provocando la reacción no solo de movimientos sociales, sino de todos los grupos de interés, que cada vez más se alzan con mayor energía demandando cambios y mejoras sustanciales en el modo de gestión de las ciudades donde viven.

No existe duda alguna sobre el hecho de que muchas ciudades se han visto inmersas en una crisis ocasionada por la incertidumbre del entorno económico-financiero sin precedentes, penetrando incluso en las estructuras

burocráticas del Estado, razón por la cual sus dirigentes hoy tienen serios problemas para enfrentarse a los retos e innovaciones que se les presentan y a mantener un nivel de confianza generalizada por parte de la sociedad y grupos de interés.

El crecimiento de las ciudades se ha visto interrumpido por este periodo de estancamiento, paralizando a los ayuntamientos y gobiernos locales que no han sabido, en la mayoría de los casos, enfrentarse a esta situación, donde la tasa de desempleo alcanza niveles sin precedentes y en la cual España ocupa un lugar tristemente destacado.

Este parón en el crecimiento económico ha generado recortes en los presupuestos de los ayuntamientos y gobiernos locales que han impactado directamente en la reducción de servicios tan básicos e importantes para la ciudadanía, como son la sanidad, la educación y la seguridad.

Ejemplos recientes como el cierre de los servicios de urgencias del CAP del Vallés, el recorte de los profesores en la Comunidad de Madrid, la menor presencia policial que incrementa la inseguridad ciudadana o el simple hecho del aumento del precio de los transportes públicos, ha hecho hervir los ánimos de los ciudadanos, que no ven únicamente a la crisis como causante de estas acciones antisociales y sí más a los políticos como precursores de estas.

Estos datos tan desalentadores no hacen más que aumentar el desasosiego de la población y su disconformidad para con el modo en que sus representantes manejan estas situaciones adversas, todo ello enmarcado en una época de “vacas flacas” y de crisis económica. A pesar de esto, algunas instituciones se resisten a actuar en consecuencia, sobre todo algunos ayuntamientos, que a pesar de estar endeudados, siguen gastando dinero a espaldas sin muchos miramientos.

Son los trabajadores de estas empresas públicas los encargados de conseguir sacar el máximo de estos recursos públicos, pero no están lo suficientemente motivados y no son aptos en actitud para formar parte de un proceso de cambio tan exigente como el que se está demandando. Este grado de desmotivación se incrementa en los trabajadores al no ver en la clase política un buen ejemplo a seguir, por lo que sencillamente no se involucran más allá de lo estrictamente obligatorio, hecho que les hace mostrarse a la sociedad como un grupo de alta carga burocrática y de poco valor.

Estas observaciones y críticas que provienen de teóricos de la nueva gerencia pública¹, no dejan bien parada a la burocracia, pues han destacado lo costosa que es y lo poco productivo de sus actuaciones, sin embargo, el mismo Niskanen, W. (1971) decía que los empleados públicos eran buena gente “atrapada en un mal sistema”.

En este artículo se analiza el entorno y gestión de las ciudades españolas, los recursos humanos que en ellas trabajan, en un contexto globalizador poco propicio para acometer procesos de mejora y cambio y donde la desconfianza generalizada se presenta como una constante del juego socio-económico.

1 La nueva gerencia pública es una corriente teórica de fines del siglo XX. Se basa en principios de la teoría neoclásica de la economía en la que se piensa que el mercado es mejor gestor de servicios que el gobierno, y por lo tanto, sugiere el adelgazamiento de sus estructuras burocráticas. Eso se opone a los principios weberianos de la profesionalización burocrática del Estado, que asegura el bienestar común a través de un gran gobierno que se encarga de administrar servicios de asistencia social y dirigir organismos públicos que intervienen en la economía nacional para evitar los desequilibrios que ocasiona la maximización de beneficios que buscan los empresarios privados (Rosique, 2004:164-165).

En primer lugar se aborda el concepto de Globalización como elemento que ha conseguido amplios avances en cuanto a la mejora y acceso a la comunicación, creando entornos de mercado más amplios, pero que por otra parte ha aumentado el separatismo y el individualismo de las personas que conforman el complejo mecanismo de una ciudad. Este individualismo se acentúa aun más cuando los ciudadanos no encuentran organizaciones modelo, sólidas en principios y dignas de respeto.

La segunda parte del artículo trata sobre la necesidad de los ayuntamientos y administraciones públicas que gobiernan las ciudades de aplicar, apoyados en una cultura sólida, nuevas metodologías sustentadas en códigos de conducta éticos y justos, que hagan ver a los ciudadanos y grupos de interés que las cosas se hacen “bien” provocando que estos vuelvan a confiar en ellos, y por ende participen de manera más constructiva y creativa en los proyectos públicos.

Se analiza el concepto de Ética como elemento clave y necesario en un proceso de cambio, gracias a la cual se intentará recuperar la confianza de los grupos de interés contribuyendo a la mejora de las relaciones entre las instituciones públicas y la ciudadanía. Este proceso de cambio que se debe apoyar en el cumplimiento de códigos de conducta justos e intachables hará posicionarse a la organización en su entorno, considerando su misión institucional y sin perder una visión de futuro factible acorde con el bien público.

Solamente bajo el paradigma de una cultura organizacional sólida, justa y de calidad, apoyada en principios éticos y prudentes y con la figura de líderes capaces de dirigir estratégicamente a los recursos humanos, es que los trabajadores de las organizaciones que sirven a las ciudades, los mismos que implementan los programas para la ciudadanía, podrán acometer y sacar adelante proyectos innovadores, más productivos y de mejora para las ciudades.

Contexto:

Muchos gobiernos han intentado mitigar las graves consecuencias de la crisis aplicando principios y teorías macroeconómicas convencionales (inversiones en obras públicas, incrementos en las tasas impositivas, recortes presupuestarios en áreas como sanidad o educación...), sin pararse a pensar que estas medidas cortoplacistas se convierten en poco fértiles al no ser aceptadas por la ciudadanía, si primeramente no se ha logrado recuperar la confianza de esta.

La reactividad de los gobiernos a la hora de paliar las consecuencias de la crisis ha agravado esta situación de desconfianza hasta límites insospechados, siendo imposible vaticinar el momento en que países como España pudieran salir del estancamiento global y donde ya se barajan cifras de desempleo que sobrepasan cualquier previsión.

Otro hecho clave que ha generado este nivel de desconfianza, ha sido el despilfarro y corrupción generado en los últimos años en la administración pública, comparable al modelo de muchos países autoritarios en vías de desarrollo que se han dejado llevar por la codicia.

En los últimos tiempos se han desatado diversos escándalos, apareciendo conductas contrarias a la ética y basadas en antivalores, las cuales han cobrado importancia en la vida política y en la gestión de las ciudades. Estas actitudes basadas en pensamientos utilitaristas e individualistas llevados en muchos casos al extremo, han salpicando a prácticamente todos los grupos políticos del país, tiñendo sus programas electorales de un color turbio y de desconfianza de cara a la ciudadanía y potenciales inversores.

Si se desciende a nivel del funcionario público, nos encontramos con un entorno muy peculiar en el que 3.1

millones de ellos está compuesto mayoritariamente por personas que gracias a un esfuerzo personal, han conseguido una plaza perenne en la administración, lo que en muchos casos les hace bajar el pistón productivo con cierta impunidad sin miedo a las consecuencias que esto pudiera acarrear.

No todo son “ventajas” en el entorno funcionarial, también es muy cierto que una vez dentro del aparato administrativo es bastante difícil comenzar una carrera profesional (inexistencia de planes de carrera basados en un modelo de competencias, planes de incentivos inexistentes...), ya que no existe un sistema evaluador objetivo que reconozcan al que mejor lo hace y donde los criterios políticos en muchas ocasiones priman sobre los productivos, haciendo que muchos de estos trabajadores pierdan el respeto y la confianza por la clase política que les dirige.

Los nuevos recursos que se incorporan, rápidamente entran en un proceso de evangelización avalado por la propia cultura de la organización, ocasionando que se acabe con cualquier tipo de iniciativa que pudiera significar una remota posibilidad de “conspiración” hacia el sistema establecido.

En este contexto desolador, el planteamiento de nuevos proyectos que pudieran mejorar la eficiencia y gestión de las ciudades, es fagocitado por la propia administración, siendo estas iniciativas de cambio vistas más bien como una amenaza a la institución, que como una oportunidad de modernización al sistema y a la cultura de la propia organización.

Tampoco se puede exigir un grado de motivación adecuado alto a los funcionarios y trabajadores al servicio de la ciudadanía, cuando éstos se ven envueltos en un clima en el que difícilmente pueden seguir a los líderes que no han sabido ganarse el respeto de sus subordinados y que han demostrado que la buena gestión es su asignatura pendiente.

Es muy complicado que los trabajadores sin un liderazgo claro acepten los hipotéticos cambios en Pro de una mejora en la eficiencia de las ciudades, ya que aunque se vive en tiempos de neoliberalismo y nuevas modas de gestión pública como la opción racional y la opción pública, el modelo burocrático weberiano, del cual forma parte el viejo sistema de servicio profesional de carrera, aún está vigente en muchas de los organismos públicos de España, cuando en otras latitudes, “el Estado está dejando de ser proveedor, para convertirse en catalizador, habilitador, protector, orientador, negociador, mediador, y constructor de consensos” (Prats, 2005:30).

Dada su situación de ambiente organizacional burocrático, donde se repite con mayor frecuencia de la deseada, acciones no del todo justas, y que buscan el beneficio de unos pocos y no el de la comunidad, muchos de estos funcionarios, a lo largo de los años, se van “quemando” y entran en fase de burn out².

No obstante, siguen existiendo posibilidades para que se produzca un cambio en el modo de hacer las cosas en las ciudades, si estas organizaciones públicas a través de un proceso programado y avalado por la cultura de la organización, inducen a todos los miembros de la organización al cumplimiento de unos códigos éticos y morales fijados, expulsando a todo aquel que no sea capaz de seguirlos, independientemente de la jerarquía, inmunidad o perennidad de su puesto.

² Síndrome de desgaste profesional del trabajador desgastado o consumido. Es un tipo de estrés prolongado motivado por la sensación que produce la realización de esfuerzos que no se ven compensados personalmente.

Objetivos

El objetivo de esta investigación es el de aportar una reflexión sobre aquellos parámetros y códigos basados en principios éticos, que ayuden a las administraciones públicas que dirigen a los ciudadanos, a recuperar la confianza perdida, entendida esta como motor de crecimiento de las ciudades.

Esta reflexión debe suscitar nuevos debates cuyas conclusiones ayuden al mejoramiento social y crecimiento de las ciudades.

Metodología

Para poder desarrollar esta investigación, se han analizado una amplia bibliografía y fuentes electrónicas que han ayudado en la comprensión del el panorama actual y a poder plantear una serie de teorías y conclusiones.

Parte de la investigación se ha basado en la entrevista realizada Jose Antonio Rosique Cañas, profesor de la UAM-Xochimilco, sociólogo y doctor en ciencias políticas y sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Su experiencia como experto en temas políticos y metropolitanos y miembro del sistema Nacional de Investigadores, ha aportado las bases de conocimiento para poder llegar a una batería de conclusiones.

1. Globalización

Las ciudades de hoy se encuentran frente a un cambio fundamental, donde los procesos de globalización pueden ofrecer nuevas oportunidades a muchos excluidos del bienestar, o transformar el mundo en un gran espacio abierto donde la única forma de relación humana es la económica, donde todo se convierte en mercancía, y donde no hay hueco para las relaciones humanas.

La globalización es el macroproceso social que domina los fenómenos de cambio social iniciados a partir de la década de los sesenta en los países avanzados, pero que estalla en la década de los noventa a nivel mundial. Este concepto tiene que ver con el fenómeno de que todos vivimos ahora en un mismo mundo sin fronteras ni barreras y donde todas las personas tienen acceso a la información y a las oportunidades de una manera abierta, al menos a nivel teórico, ya que en muchos casos se genera un entorno partido y separado en el que la mayor parte de las cosas se hacen más complejas, dificultándose las relaciones y aumentando la desconfianza entre los ciudadanos.

“In epoca di globalizzazione, ovverosia in epoca in cui il mercato con le sue regole conquista il mondo innescando nuovi e controversi processi non solo economici ma anche culturali, assistiamo ad un radicale cambiamento di stili di vita, di comportamenti, di atteggiamenti mentali. La filosofia che ne è alla base - quella dell'individualismo - penetra i più vari orizzonti culturali e religiosi del pianeta producendo sconvolgimenti etici e, quanto meno, rischi di impoverimento del primato della persona nel suo vissuto sociale”³ (Lubich, C., 2001:5)

3 En época de Globalización, en la cual el mercado con sus reglas conquista el mundo introduciendo nuevos y controvertidos procesos, no sólo económicos sino también culturales, asistimos a un cambio radical en el estilo de vida, de comportamiento y de actitudes mentales. La filosofía que permanece en esta filosofía, aquella basada en el individualismo, penetra en los horizontes culturales y religiosos del planeta, produciendo trastornos éticos, o al menos riesgo de empobrecimiento de la primacía de la persona en su vivencia social.

Ante la globalización se han adoptado posturas completamente opuestas, desde aquellos que se resisten a ella de una manera radical porque no ven un beneficio para los países, comunidades, ciudades y para la población donde se están ampliando las desigualdades sociales y empeorando las relaciones entre sus ciudadanos, a aquellos que afirman que la era estado-nación ha terminado y debe dar paso a una nueva era global.

Existe una reflexión sobre el significado de la palabra globalización como un concepto ambiguo y desatinado, apto, según los sectores críticos de la sociedad, para ocultar el proceso real de expansión del capitalismo en escala mundial.

Chomsky, N. (1997) habla de la globalización contemporánea no como de una expansión del “libre intercambio”, considerando esta una expresión errónea, sino más bien como el producto de transferencias inter-empresarias, prácticas de “outsourcing” y otras operaciones similares.

En esta era global se producen unos profundos cambios sociales. Bruni, L. comenta:

“La filosofía en la que se basa este nuevo estilo globalizador, sigue siendo el individualismo, que produce unos cambios éticos empobrecedores de la persona en su ambiente social, como se ha visto en occidente desde la aparición de la industrialización” (2008:14)

Los procesos de globalización han generado cambios importantes en el entorno social, donde los ciudadanos han visto como han cambiado sus modelos de gestión y de relación humana.

Esta situación ha generado la necesidad de plantear fórmulas creativas y novedosas fuera de los estándares tradicionales, que permitan a las ciudades seguir avanzando y creciendo gracias a la mejora de las relaciones sociales y al aumento de la confianza entre los ciudadanos y entre estos con los organismos que los dirigen.

Estas nuevas fórmulas basadas en principios de intercambio y confianza, no solo significan el disponer de sistemas de comunicación que lleguen a todo el mundo, sino también a ayudar con acciones éticas y justas al resto de ciudadanos, superando los desafíos que se les presentan con una visión más humana y donde la persona logre alcanzar una importancia clave dentro de las estructuras sociales.

Son las personas las que dan significado a las ciudades, estando unidas a estas y formando parte de ella. Cada persona, como dice Silvestro, M.I. (2009), es un colaborador creativo y responsable que se auto renueva y aprende continuamente, pero que se ve limitado por una serie de interferencias creadas, que por falta de imaginación y exceso de intolerancia, han limitado la vida a normas, objetivos y evaluaciones.

La eficiencia de las actividades de la ciudad no siempre se logra, haciendo falta nuevas ideas y nuevos conceptos que hagan del factor humano el salvavidas de cualquier tipo de organización, y donde se prioricen las relaciones humanas y los comportamientos justos y morales, antes que las relaciones económicas.

2. La Cultura Del Cambio

Cualquier estructura social incluyendo las ciudades, está envuelta por un marco de valores, creencias, ideas, sentimientos y voluntades que deben ser respetados por la comunidad institucional.

La cultura de un área o región sirve de marco referencial y da las líneas maestras acerca de cómo todos y cada uno de los miembros de una ciudad deben comportarse en ésta. En muchas ocasiones la cultura es tan evidente

que se puede ver cómo algunas personas cambian su conducta en el mismo momento en que traspasan las puertas de una ciudad o se incorporan a una nueva organización. Las personas actúan de un modo concreto según la organización social en la que estén inmersos. Robins define el comportamiento organizacional (CO) del siguiente modo:

“El CO se ocupa del estudio de lo que la gente hace en una organización y como repercute esa conducta en el desempeño de la organización.” (2004:8).

Una ciudad no deja de ser una organización o estructura social en la cual sus componentes se relacionan o dejan de relacionar en base a una cultura y unas creencias. La cultura del individualismo y el anonimato en las grandes megalópolis se está agravando como consecuencia de la crisis económica y de valores que afecta especialmente a los grandes núcleos urbanos. Sus ciudadanos se ven desorientados, y en lugar de buscarse fórmulas por parte de sus alcaldes y políticos que les ayuden a conexionarse y a colaborar los unos con los otros de manera productiva, estos se protegen con su blindaje político siendo su máxima preocupación la de mantenerse en su cargo de poder.

Estas actitudes egoístas y amorales por parte de algunos políticos, son detectadas por los ciudadanos, produciéndose en los últimos tiempos, movimientos sociales (al modo del 15M) que se van gestando como consecuencia del descontento social y la exigencia de disponer de líderes que ayuden a la comunidad con acciones comprometidas y justas, y no solamente para el beneficio de unos pocos.

En los procesos de transformación y mejora de las ciudades, se ha interpretado muy superficialmente el rol del líder dentro del proceso global de cambio, ignorándose lo importante y estratégico que constituye el hecho de buscar a personas con suficiente energía y significado que logren movilizar a la organización y a sus funcionarios. Esta energía deberá ser envuelta con acciones justas y morales para que los equipos de trabajo lleguen a considerar a estos alcaldes y políticos como auténticos líderes y donde no quepa el mínimo resquicio de duda sobre la bondad y justicia de sus decisiones y acciones políticas.

Los nuevos esquemas gerenciales de las ciudades deben contemplar y ser reflejo de las necesidades reales de la población. Para ello se debe producir un acercamiento entre sociedad y ayuntamientos y políticos para conocer el modo en que piensa y opera la ciudadanía, exigiendo entre otros aspectos: el conocimiento para desarrollar y alcanzar sus objetivos; un proceso flexible ante los cambios introducidos; una estructura plana, ágil, reducida a la mínima expresión que cree un ambiente que satisfaga a quienes participen en la ejecución de los objetivos organizacionales; y un equipo participativo en las acciones entre los ayuntamientos y la ciudadanía. La cultura organizacional se convierte así en uno de los pilares fundamentales para apoyar a todas aquellas ciudades que quieran hacerse competitivas, cuyo significado las hace distinguirse unas de las otras.

El análisis de la cultura tendería hacia la determinación de los valores compartidos por la institución, que en términos globales deben ser: la honestidad, moral, justicia, estabilidad, lealtad, seguridad, respeto a la gente, perseverancia, libertad, conocimiento de las personas correctas, encontrar el mejor camino y ayudar al ser humano.

Se debe analizar el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones políticas que dirigen y gobiernan las ciudades, con el propósito de seleccionar trabajadores que por los motivos que fuesen (capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, facilidad de motivar a la ciudadanía...) hagan más fácil el proceso de cambio y mejora en las ciudades sin olvidar que sigue existiendo un amplio grupo de empleados temerosos de los cambios, quienes los evitan cuando se los encuentran en su camino en lugar de enfrentarse a ellos

Al hacer un planteamiento de cambio, el balance siempre es negativo para aquellos funcionarios y miembros de los ayuntamientos que carecen de motivación, pues prefieren aguantar la situación ya que el riesgo de enfrentarse a nuevas condiciones les da pavor y no ven en el cambio una oportunidad de mejora, sino más bien incomodidad y riesgos innecesarios.

3. La Ética En Las Ciudades Españolas

Los modelos de gestión que en los últimos tiempos se vienen aplicando en los sistemas de gobierno, han provocado que la ciudadanía demande un mayor grado de objetividad y justicia en estos. Este hecho debería llevar a los gobernantes de las ciudades a adoptar modelos de gestión que incorporen sistemas de decisión prudentes, justos y morales, contribuyendo activa y voluntariamente a la consecución de un mejoramiento social. De esta manera se alcanzaría al mismo tiempo un crecimiento en su situación competitiva y su valor, reflejando una mejor imagen no solo cara a sus trabajadores, sino hacia los ciudadanos a los que sirven.

La Ética en las ciudades se referiría entonces al conjunto de principios y valores aplicados en los gobiernos y llevados a la práctica por alcaldes, funcionarios y demás personal que desarrolla sus actividades dentro del conjunto de las instituciones públicas, no pretendiendo perseguir comportamientos desviados o irregulares de los funcionarios públicos, sino más bien buscar la integridad y la buena conducta, dando a los agentes orientaciones sobre la forma en que deben actuar, tomar decisiones y hacer uso de su poder de apreciación en el trabajo cotidiano.

La ética en el ámbito de la administración pública española ha ido cobrando especial relevancia gracias a diversos acontecimientos producidos en los últimos años, y que tienen como referente la Constitución española de 1978, donde se definía a la Administración como servidora objetiva de los intereses sociales y generales.

En la década de los 90 se produjo la invitación de la OCDE para el fomento y empuje de programas de ética en los países miembros, siendo el Comité Nolan, una de las aportaciones de políticos y parlamentarios británicos, los cuales ante la presencia de principios no éticos en sus estructuras, querían impulsar controles de conducta más estrictos.

También coincidió a finales de esta década (1997) cuando el gobierno español celebró las “Jornadas de Ética Pública”, en las que se destacaban la importancia de los principios éticos, proponiéndose seis directrices para el desarrollo de un código ético en el sector público español, y que consistían básicamente en : 1) Dar un servicio al interés general y no al beneficio propio; 2) Ser imparcial y transparente; 3) La obligatoriedad de transmitir el mensaje sobre la necesidad del uso adecuado de los bienes públicos evitando fraudes y despilfarros; 4) La responsabilidad profesional dando cuenta de lo que se hace con total claridad y transparencia; 5) La fidelidad a la administración y el rechazo de todo comportamiento que pueda perjudicarla salvo que se oponga a los principios éticos de quien la sirve, y por último, el alejamiento de la burocratización y el acercamiento al ciudadano, demostrando eficiencia en las tareas desarrolladas y configurando una relación con la ciudadanía más personal y humana.

Ya más cercanos a la época actual, en el año 2005, apareció por primera vez en España el “Código de Buen Gobierno” para los miembros del gobierno, el cual plantea que la actuación de los funcionarios se adecue conforme a los siguientes principios éticos: objetividad, integridad, neutralidad, responsabilidad, credibilidad, imparcialidad, confidencialidad, dedicación al servicio público, transparencia, ejemplaridad, austeridad, accesibilidad, eficacia, honradez y promoción del entorno cultural y medioambiental y de la igualdad entre hombres y mujeres.

A continuación, el 13 de abril del 2007 se publicó en el BOE el “Estatuto Básico del Empleado Público”. Si bien dicho Estatuto contiene principalmente las normas legales aplicables al conjunto de funcionarios de todas las administraciones públicas, dedica una parte clave al asunto de la conducta de los servidores públicos para lo cual presenta una serie de valores deseables en el servicio público, así como una serie de principios que deben regir en la conducta diaria.

Para Martínez Bargueño, los valores específicos de una ética de la función pública son: “la profesionalidad, la eficiencia, la calidad en el producto final, la atención y el servicio al ciudadano, la objetividad, la transparencia, la imparcialidad y la sensibilidad suficiente para percatarse de que el ciudadano es el centro de referencia de su actividad y quien da sentido a su existencia” (1997:24).

No obstante y a pesar de la constante preocupación en cuanto a la importancia de la Ética en el entorno de la ciudadanía española, todavía parece existir un profundo desconocimiento por parte de los trabajadores y dirigentes de las ciudades en cuanto a la implementación e importancia de estos códigos para fomentar los valores deseables, y por otro lado para evitar actitudes antiéticas. Para evitar esta situación, los códigos se deberían apoyar en una serie de herramientas tales como: la creación de una Ley Ética que marque gracias a códigos, la conducta de los funcionarios públicos; programas de acción; un Área para el fomento y vigilancia de la ética y un grupo de asesores y especialistas dedicados a esta tarea.

Pese a que los códigos de ética son un instrumento para la promoción y fomento de valores, no son un fin, es decir, no basta con lograr su aparición, sino que para que sean efectivos y no queden inertes, requieren de su comunicación tanto a nivel interno del organismo público como a los ciudadanos y principales usuarios de las instituciones. Esta comunicación debe ser llevada a cabo a través de los medios de comunicación internos y externos, de manera que se conozca su contenido, promoviendo además reuniones en las que se incite a la discusión sobre las inquietudes y dilemas que surgen en las tareas diarias de los funcionarios públicos y de la propia ciudadanía.

A la hora de la elaboración de los códigos es conveniente tener presente la importancia de las diferentes culturas para comprender la efectividad o no de los instrumentos éticos a aplicar. Hay países donde a pesar de no contar con estos, los miembros del gobierno cuentan con una alta moralidad. Por otro lado, también hay países que tienen excelentes leyes y códigos bien redactados, pero donde los miembros del servicio público no tienen una convicción total para llevarlos a cabo y respetarlos, ya que la conducta de los seres humanos no solo radica en las leyes, sino que se acompaña de las costumbres, valores y educación.

En palabras de Caiden, G. (2001) y en cuanto a la importancia de la ética pública, señala que se deben conservar esos asuntos en la mente de todos los que dirigen nuestra sociedad y nuestras organizaciones sociales tanto públicas como privadas, no realizándose conferencias de ética porque no se hayan considerado necesarias antes, sino llevándolas a cabo porque son más necesarias que nunca, pues el mundo al que estamos por entrar requiere que volvamos a revisar la ética del servicio.

En muchos casos la creciente atención a la ética, tal cual argumenta Moreno Izquierdo (2001), no respondería sino a la conveniencia y a la necesidad, estando así ante medidas eminentemente utilitaristas. Cuando es la conveniencia y no la convicción la que hace que las organizaciones públicas instrumenten mecanismos de índole ético y moral, nos encontramos con normas que solamente buscan contentar a la población con fines electorales, pero que realmente no enraízan donde realmente se necesitan.

4. La Confianza

El factor de confianza ha desplegado a lo largo de la historia sus efectos en prácticamente toda forma de interacción social, ya que cualquier relación al nivel más simple implica la interacción de al menos dos sujetos. Cuando uno de los sujetos deposita su confianza en el otro, este segundo ya está en predisposición para depositar su confianza en el primero, actuando ambos de una manera fiable y recíproca, jugando el factor relacional un papel central en este entendimiento. “Trust is basically a matter of interpersonal relationships and that the relational factor should play a central part in its understanding⁴” (Gui & Sugden, 2005: 114).

Son precisamente los asuntos políticos, económicos, comerciales, culturales, sociales, entre los componentes de una ciudad, los que reclaman una confianza y credibilidad que sólo puede proporcionar una conducta ética y moral, no lográndose este propósito mientras haya ciudades y gobernantes que ignoren la importancia de estos valores.

Probablemente una de las afirmaciones más directas sobre el papel que juega la confianza en el ámbito social es aquella de Simmel (2003) según la cual, sin la confianza generalizada de la que las personas se nutren mutuamente, la sociedad se desintegraría. Una sociedad sin confianza perdería la cohesión interna, no tendría posibilidad de crecer y no podría ser considerada propiamente como una sociedad.

La confianza pasa a ser un componente fundamental y necesario en la vida, y tal como afirman algunos autores “La fiducia é come “l’aria che respiriamo”⁵” (Pelligra, V., 2007: 17).

Esta ayudaría al crecimiento de toda organización por una variedad de razones, como por ejemplo la de justificar y racionalizar la existencia de comportamientos de riesgo o también para justificar la existencia de elevados niveles de cooperación.

Sin este componente esencial para cualquier tipo de intercambio entre las personas, sería muy difícil que se produjeran oportunidades de intercambio y de colaboración entre los gobiernos y el resto de ciudadanos, ya que cuando observamos que el origen de la confianza que se nos presenta no es del todo claro o que ésta viene acompañada de elementos turbios e interesados, automáticamente la respuesta a esta invitación es débil.

Las ciudades que deben estar al servicio de la ciudadanía, están obligadas a reflejar una responsabilidad que no deja de ser una cualidad de la confianza, la cual, según Pelligra, V. (2007) surge de la relación entre quienes confían, y puede ser comprendida solo mirando a la interacción entre la intención y la acción de aquellos que están implicados. Sin esta cualidad, la relación Gobierno-sociedad estaría avocada al fracaso.

Dado que todos los seres humanos vivimos en algún tipo de sociedad, la reciprocidad a la cual se llegaría después de alcanzar un alto grado de confianza, se puede encontrar en todas las culturas, constituyendo el principio fundamental de toda relación humana y en la forma más típica en la que las sociedades realizan intercambios.

Esta reciprocidad no se tiene que entender como el yo te doy y tú me tienes que devolver la misma o mayor cantidad, sino como el dar cuando uno puede dar y el recibir cuando uno lo necesita y la otra parte está en disposición de dar (aunque hasta ese momento no hayan recibido nada y tal vez nunca lo reciba ya que no lo necesita). No

4 La confianza es un tema de relaciones interpersonales y el factor relacional debe jugar un papel central en este entendimiento.

5 La confianza es como el aire que respiramos.

es un concepto de cantidad, sino el ser recíproco en la medida de mis posibilidades y no necesariamente a través del intercambio de dinero.

La gratuidad se convertiría en un estado superior del concepto de reciprocidad, donde no esperamos nada a cambio cuando voluntariamente entregamos el fruto de nuestro esfuerzo a los más necesitados compartiendo los bienes de los que disponemos con las personas menos favorecidas.

Puede que alguien intente aprovecharse de esta «ingenuidad» sin pensar dar nada a cambio en el futuro. Probablemente existan casos, pero lo cierto es que rápidamente serán detectados e invitados a salir de esta cultura de intercambio, la cual tiene que ser vista como una cultura de confianza, reciprocidad y gratuidad que ayude a crecer a las ciudades.

Conclusiones

El proceso de globalización que viene aconteciendo desde hace varios años, ha supuesto mejoras significativas de cara a los intercambios económicos entre diversas regiones, pero también ha provocado un desajuste en el modo en que los ciudadanos de las grandes megalópolis se relacionan. Este proceso enmarcado en un contexto de crisis socio-económica, ha propiciado la aparición de nuevos conceptos relacionales en los que se potencian el individualismo, la falta de comportamientos éticos, el egoísmo y la desconfianza entre los ciudadanos.

Si bien a partir de la última década del siglo XX se ha intentado fomentar la Ética Pública incorporando programas y estrategias en los Planes de Gobierno, algunos servidores públicos están aún muy lejos de poseer una verdadera ética en su conducta, por lo que haría falta reforzar los distintos instrumentos que ayuden a lograr una verdadera transformación en los sistemas y políticos que gobiernan las ciudades.

Aunque iniciativas como la promulgación del Código de Buen Gobierno y el Estatuto Básico del empleado público, sin duda son positivas pues tienen el reto de llegar a la conciencia de los dirigentes de las ciudades, deben ser comunicadas a nivel interno a todos los miembros del aparato administrativo y a nivel externo a todos los ciudadanos para que gracias a esta comunicación todos los participantes se pueda llegar a convencer de su necesidad.

Un verdadero “ajuste” ético en políticos, alejado de ideologías de derecha o izquierda, sin duda contribuirá a hacer mejores ciudades, elevando la calidad de sus gobernantes, al colocarse más allá de posiciones partidistas, y actuando con base en principios y valores que persigan la satisfacción de la pluralidad de intereses ciudadanos.

Será este modelo de dirección el que haga que los propios funcionarios y trabajadores al servicio de las ciudades, vean a sus políticos y dirigentes como líderes dignos de seguir, comprometiéndose más en los proyectos con la ciudadanía y dando un mejor servicio a esta.

No solo con la incorporación de códigos, sino sobre todo con el respeto de valores éticos, la Administración Pública española mejorará sus competencias reafirmando su función profesional al servicio de los ciudadanos, viéndose legitimada su función como administradores en la gestión objetiva, eficaz y transparente de los asuntos públicos. Serán esta buena gestión y eficiencia en sus acciones las que hagan que los diversos grupos de interés vean con mejores ojos las acciones de los ayuntamientos y administración, por considerarlas no solamente más justas, sino eficientes. De esta manera se generará un mayor nivel de confianza en ellas y en consecuencia una actitud más positiva de la sociedad e inversores a la hora de apoyar los proyectos de la administración en las ciudades.

Basándonos en estas conclusiones podemos llegar todavía más lejos, si intentamos aplicar las ventajas de poseer un elevado índice de Ética al entorno de los ayuntamientos y la administración pública. De esta manera se logrará conseguir, que a raíz de una buena selección del personal donde se valoren, además de la aptitud profesional, los comportamientos éticos (especialmente en cuanto al refuerzo de la ética en los cargos directivos y gerenciales que participan en la vida pública) se pueda llegar a contar con personal con valores, con una filosofía y proyecto de vida que sean ejemplo de conducta tanto a trabajadores como ciudadanos, y que con su esfuerzo contribuyan a resolver las demandas ciudadanas al ofrecer resultados satisfactorios.

Se pueda reclutar a los mejores profesionales que ayuden a la buena marcha de la organización, llegando a ser líderes capaces, como dice Caruso y Salovey, de “influir en los demás con el fin de alcanzar un objetivo” (2000: 19).

El objetivo iría en doble línea, es decir, no sólo hacer una buena selección de los recursos que se incorporan del exterior de la organización a un sistema ya conformado, sino también lograr que los recursos que llevan tiempo trabajando en la administración pública, sean capaces de mejorar su comportamiento, bien para ser más productivos, bien para que con su ejemplo se genere un mayor nivel de confianza con los ciudadanos con la que interactúan y a los que deben servir.

Lo importante es que la administración pública española y ayuntamientos tomen conciencia del problema de la falta de confianza lo antes posible para tomar medidas al respecto que lleven a un cambio significativo en estas estructuras.

Este es un proceso de transformación a largo plazo que debe comenzar pronto, si de verdad se quiere conseguir una mejora notable en las ciudades que obligue a cambiar el enfoque que se ha tenido durante décadas sobre el modo de gestionarlas. Dicho proceso de cambio institucional solo podrá ser llevado a cabo con ayuda de todos los miembros de la administración, especialmente por los puestos gerenciales y directivos, que a través de una cultura de cambio y de un comportamiento ético intachable, empujen a todos los miembros de la administración hacia un mismo fin, que no deja de ser el bienestar de la ciudadanía.

Referencias

- BRUNI, L. (2008). El precio de la gratuidad. Madrid: Ciudad Nueva.
- CAIDEN, G. (2001). Tendencias actuales en la ética del servicio público. México: Revista Gestión y política Pública.
- CARUSO, D. RY P. SALOVEY. (2000). El Directivo Emocionalmente Inteligente. Madrid: Editorial Algaba.
- CHOMSKY, N. (1997). La aldea global. Tafalla: Txalaparta, DL.
- GUI, B.Y R. SUGDEN. (2005). Economics and Social Interactions. Accounting for interpersonal relations. NY, EEUU: Cambridge University Press.
- LUBICH, C. (2001). L' economia di comunione. Storia e profecia. Roma: Città Nuova.
- MARTÍNEZ BARGUEÑO (1997). La ética nuevo objeto de la gestión pública. Revista Gestión y Análisis de Políticas Públicas, N° 10.
- MORENO IZQUIERDO (2001). Ética empresarial y globalización. Madrid: Cuadernos de la Fundación, n° 65, Fundación MAPFRE Estudios.

- NISKANEN, W.A. (1971). *Bureaucracy and Representative Government*. Atherton: Aldine.
- PELLIGRA, V. (2007). *I paradossi della fiducia. Scelte razionali e dinamiche interpersonali*. Bologna: Le edizioni del Mulino.
- PRATS, JOAN (2005). *De la burocracia al “management”, del “management” a la gobernanza : las transformaciones de las administraciones públicas de nuestro tiempo*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- ROBINS, S. P. (2004). *México: Comportamiento Organizacional*. Pearson.
- ROSIQUE CAÑAS, J. (2004). *Organismos internacionales y globalización de la gestión metropolitana*. México: Veredas, Revista de pensamiento sociológico, núm. 9.
- SILVESTRO M.I. (2009). *Empresas de economía de comunión: Dos estudios de casos en la Argentina*. Recuperado de http://www.ecodicom.net/tesi.php?s_Lingua=&s_Anno=2010&s_Ambito=
- SIMMEL, G. 2003. *Filosofía del dinero*. Albolote, Granada.
- WIKIPEDIA (2010). *Burn-Out*. Recuperado de http://www.cotizalia.com/cache/2009/01/09/opinion_23_entraremos_depresion_hechos_cifras.html, consultado el 28 agosto 201.

CLUSTERS COMERCIAIS CRIATIVOS EMERGENTES NAS CIDADES - O QUARTEIRÃO MIGUEL BOMBARDA

Sara Joana Dias

Mestre em Sociologia, pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Doutoranda em Sociologia, pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Instituição: Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Contacto: sarajoanadias@hotmail.com / 966740907

Resumo

Frequentemente sobre o mote de “cidades criativas”, teóricos e políticos têm vindo a sustentar a indispensável articulação entre políticas culturais e políticas de requalificação urbana. Entre os países europeus, é notória a aposta na tríade competitividade-inovação-criatividade enquanto parte integrante de desenvolvimento sustentado. Em estrita conexão cultura e criatividade surgem como um dos principais elementos de renovação e modernização das urbes, quer seja pela incorporação da produção cultural numa lógica de “mercadorização”, quer pela promoção/projeção das cidades através da realização de projetos culturais. Paralelamente a estratégias ativadas no âmbito dos diversificados organismos do poder público (iniciativas como promoção de eventos, festivais, capitais europeias da cultura, etc.) surgem dinâmicas que se manifestam através de iniciativa privada. Geralmente ilustrativos desta ação privada são os complexos territorializados de produção/consumo cultural, clusters de inovação, como bairros culturais, cidades criativas, “SoHo’s”, ou quarteirões criativos em muito similares ao que se pretende descrever neste paper.

Palavras-Chave

Comércio especializado; Novos intermediários culturais; Gentrificação comercial.

Abstract

Often under “creative city” arguments, theoreticians and politicians have been sustaining the vital link between cultural and urban regeneration policies. Moreover among European countries the triad competitiveness-innovation-creativity plays an increasing part in sustainable development. In strict connection culture and creativity emerge as main elements of city renewal and modernization, either by the incorporation of cultural production in a “merchandized” logic or city promotion/projection through cultural projects implementation. Alongside strategies activated at the heart of diverse organisms of public power (promotion of initiatives such as events, festivals, European capital of culture, etc.) dynamics that manifest themselves

through private initiative arise. Generally illustrative of this private action are territorialized production/consumption complexes of culture such as creative cities, innovation clusters, cultural quarters, “SoHo’s”, or creative quarters very similar to what is intended to describe in this paper.

Keywords

Specialized trade; New cultural intermediaries; Commercial gentrification.

Objetivos

Esta comunicação tem como intuito expor os resultados mais relevantes de uma pesquisa empírica focalizada na espacialização seletiva de oferta comercial cultural/criativa localizada numa cidade Portuguesa, mais concretamente, no Quarteirão Miguel Bombarda da Baixa do Porto. A recente reconfiguração do espaço ancorado na concentração territorial de comércio especializado em atividades culturais/criativas apresenta uma contratendência especialmente interessante num Porto tradicionalmente envelhecido, desertificado, onde o comércio “foge” para a periferia ou se reproduzem simulacros de grandes superfícies comerciais. Privilegiando o discurso do que consideramos serem agentes chave do processo de aglomeração de atividades culturais no território em análise, procura-se aqui refletir sobre o lugar que estas dinâmicas comerciais ocupam nas estratégias de reabilitação urbana. Debater como a clusterização de nichos de mercado, usualmente impulsionada por “novos intermediários culturais”, favorecem reconfiguração física, socioeconómica e identitária do espaço, originando por vezes, controversos processos de gentrificação comercial e estetização do ambiente urbano.

Metodologia

Ao estudar o diversificado sector cultural e criativo emergente na cidade do Porto, optou-se por focalizar como objeto de estudo a oferta comercial especializada existente na área de Miguel Bombarda, uma zona que tem vindo a ser identificada como o “SoHo do Porto”, o “Bairro das Artes” ou a “Rua das Galerias”. Pelo carácter exploratório que um estudo de caso deste tipo exigia a pesquisa caracterizou-se pelo seu cariz intensivo e qualitativo, destacando em particular o discurso dos representantes dos estabelecimentos selecionados para observação. Para a recolha de material empírico utilizaram-se as seguintes ferramentas: entrevistas semi-diretivas; observação; análise documental e estatística.¹

1 No total foram efetuadas 14 entrevistas semi-diretivas, a 15 responsáveis pelos estabelecimentos escolhidos Importa ainda tecer algumas considerações acerca da observação não estruturada (Valles, 1999) encetada:

(1) esta foi utilizada num primeiro momento para a delimitação do objeto de estudo (através de uma visita de terreno aprofundada), (2) mais tarde e com o recurso da fotografia social foi observado o quarteirão em causa e algumas das atividades desenvolvidas nesta área, nomeadamente as animações de rua dinamizadas, possibilitando a perceção da realidade circundante e a delimitação de espaços de análise, (3) posteriormente e ainda com o recurso da fotografia social foram observados os estabelecimentos selecionados, (4) Simultaneamente foi empreendida uma exaustiva recolha de toda a oferta habitacional e comercial de 5 grandes áreas no Quarteirão de Miguel Bombarda: a rua de Miguel Bombarda, a rua do Rosário, a rua Adolfo Casais Monteiro, a rua do Breyner e por fim a rua da Maternidade Júlio Dinis.

Os dados recolhidos reportam-se ao período entre 2008-2009, tendo em atenção a volatilidade e permanente metamorfose que estas dinâmicas comerciais acarretam os resultados aqui apresentados retratam um período temporal específico, sendo por isso mesmo provisórios e eminentemente parcelares. Ainda assim, com esta incursão no terreno procuraram-se apurar algumas pistas orientadoras que nos possibilitassem discutir que contornos poderiam assumir espaços multidisciplinares emergentes (com conceitos distintivos de vivenciar cultura), no sentido de revitalização comercial, reabilitação urbana e criação identitária de um local.

Enquadramento

Atualmente, um pouco por todo o mundo, parece existir alguma sintonia acerca das potencialidades económicas que o desenvolvimento urbano centrado em moldes culturais e/ou criativos poderá produzir. Cada vez mais se enaltecem e promovem dinâmicas territoriais ancoradas em atividades culturais/criativas [quer sejam iniciativas privadas (Zukin, 1982; O’Conner e Wynne, 2001), públicas (Costa, 2000; Ferreira, 2002; Peixoto, 2003) ou semi-públicas)], intensifica-se a análise teórica e empírica deste campo (Featherstone, 2007) e criam-se grupos de discussão acerca das consequências que tal unísono poderá produzir. Sem grandes ressalvas poderá afirmar-se que esta temática está na ordem do dia, pelo menos o boom de produção teórica/empírica, de medidas estratégicas de mercantilização e territorialização das formas culturais assim o parecem indicar. Este renovado interesse encontra-se em intimamente ligado com a emergência de uma cultura de consumo (Baudrillard, 1970), e conseqüente incremento de atividades de produção/distribuição simbólica. Mas também à passagem para uma economia capitalista alicerçada no indivíduo e nos seus recursos intelectuais, na capacidade de formação de redes sociais e na troca de conhecimentos (Harvey, 1992; Beck, Giddens e Lash, 1995, Beck e Lau, 2005; Castells, 2006). Associa-se a uma nova retórica que destaca os imperativos da originalidade e criatividade, e celebra o culto da inovação (Howkins, 2001).

Dinâmicas de localização intraurbana ou intra-metropolitana das atividades culturais, não obstante a sua diversidade e respetiva especificidade contextual, têm sido apontadas como modelos de sucesso de desenvolvimento urbano e local. Ainda que críticas tenham sido argumentadas, particularmente em relação aos efeitos segmentários que tais (re)arranjos possam desencadear (Zukin, 1982; O’Conner e Wynne, 2001), estas estratégias são comumente tidas como soluções ao nível da atuação local que permitem a construção de dinâmicas económicas autossustentadas ao aproveitar o potencial das atividades culturais e lúdicas para a promoção de valor económico, contribuindo para a reabilitação urbana e para a melhoria da qualidade de vida das populações urbanas. Face à complexidade destes fenómenos aqui serão expostas duas dimensões de análise imprescindíveis: uma mais abrangente em que as preocupações se desenvolveram na contextualização socioeconómica e comercial da cidade do Porto; e uma escala micro, onde se tenta compreender o ambiente comercial vivido em Miguel Bombarda. Para aceder a este ambiente comercial recorreu-se às representações do que consideramos serem os mais recentes impulsionadores de estratégias de revitalização comercial nos centros das cidades – “os novos intermediários culturais” ou “massa crítica” (Bovone, 2001; Ferreira, 2002; Florida, 2005) –, ao levantamento da oferta de estabelecimentos disponível no quarteirão Miguel Bombarda e à observação de iniciativas de animação dinamizadas neste cluster comercial. Sem pretensões de exaustividade, através deste processo tentou-se apreender a diversidade de oferta e as características invulgares que supostamente esta área disponibilizava em termos de estabelecimentos direcionados ou influenciados pela temática cultural ou criativa.²

² Os critérios subjacentes a esta triagem recaíram em elementos como: conceito do espaço, originalidade, popularidade,

1. Cidade do Porto – Breve contextualização

Entre diversos trabalhos desenvolvidos sobre a cidade do Porto é possível identificar quatro características chave que caracterizam a situação demográfica desta região: o declínio demográfico, a repulsão populacional, e o consequente isolamento e envelhecimento dos seus habitantes (cf. Pereira, 2005). O visível declínio populacional deve-se em parte ao gradual abrandamento do crescimento natural que se instala nos anos 60/70 em paralelo com uma diminuição das taxas de fecundidade. No espaço de duas décadas (1981-2001) a cidade perde mais de 60.000 habitantes. Cenário que parece não recuar. Uma estimativa divulgada pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) sugere uma perda na ordem dos 35.000 residentes entre 2001 e 2006. De assinalar que o forte declínio demográfico descrito é ainda matizado por uma diminuição da natalidade e transferência sistemática de habitantes para outros concelhos fronteiriços da Área Metropolitana do Porto (AMP). Este esvaziamento da urbe agudiza a problemática desertificação do núcleo histórico e da área central cidadina. A repulsão populacional verificada é ainda intensificada pelo aumento da importância dos idosos na estrutura etária da cidade. A população idosa (65 anos ou mais) passou de 14,8% (1991) para 19,4% (2001) do total de residentes, sendo ainda das mais envelhecidas do país com um índice de 158,90. Essa tendência encontra-se em sintonia com a diminuição da população jovem. Em 2001 a população com menos de 15 anos representa cerca de 13,1% da população residente no Porto, ao passo que em 1991 atingia os 16,9%. Fenómenos como a terciarização, a desindustrialização e o desemprego acrescem a esta situação demográfica precária. Os censos de 91 reportam que 70,4% da população ativa da cidade exercia uma profissão no sector terciário, número que evolui em 2001 para 78%. O peso atribuído ao sector dos serviços na atividade económica foi acompanhado por um processo de desindustrialização que se acentuou nas últimas décadas. Essa realidade ainda é bem perceptível na panorâmica cidadina, armazéns operários de séculos anteriores e habitações construídas propositadamente para acolher esta classe social (na sua maioria “ilhas”) conferem um ar vernacular à cidade. A par destas tendências distingue-se no campo económico portuense, outra grande variável: o desemprego. O progressivo agravamento do desemprego é assinalado a partir da década de 90 chegando a registar em 2001 uma taxa na ordem dos 10%. Ainda que em traços gerais, importa neste enquadramento territorial sumário refletir quanto à evolução do urbanismo comercial na cidade do Porto. José Rio Fernandes (1997, 2003) propõe-nos uma análise do comércio e dos seus diferentes ciclos focando três momentos chave: o comércio pré-industrial, o comércio industrial e o comércio pós-industrial (Fernandes, 2003:2-4). O comércio pós-industrial poderá ser cronologicamente situado por volta dos anos 70, década em que observamos mudanças significativas no modelo comercial Portuense. Acompanhando tendências de economias desenvolvidas assiste-se a uma diversificação das tradicionais formas de compra, à implementação e célere proliferação de grandes superfícies alimentares e centros comerciais, e ao alargamento da “franchise”. Estas transformações foram facilitadas por fenómenos como o aumento da mobilidade, mas principalmente pelo já referido processo de suburbanização, que contribuiu para a constituição de um território urbano mais fragmentado, descontínuo e fortemente expandido (Fernandes, 2003). O comércio outrora reunido no centro da cidade desloca-se para a periferia, contribuindo para um cenário de abandono comercial ampliado pelo esvaziamento da urbe e envelhecimento da população. É neste cenário que a partir dos anos 90 se começa a esboçar uma realidade comercial “alternativa” alicerçada na cultura. Com a aglomeração de atividades similares num mesmo espaço

longevidade do estabelecimento em causa, ou importância do seu responsável para a dinamização da área estudada.

físico esta dinâmica torna-se territorializada e cria-se um cluster cultural que ao longo do tempo se transforma também num cluster criativo. Referimo-nos obviamente ao quarteirão Miguel Bombarda.

2. Quarteirão Miguel Bombarda – Dinâmicas e oferta criativa

2.1 O desenvolvimento de Miguel Bombarda

“(...) Eu nunca pensei (...) que este bairro se transformasse (...) num grande centro de cultura, ativa. Nunca imaginaria! Mas o que é certo é que também (...) depende muito da iniciativa privada em apostar num local e criar as suas próprias sinergias.”

(Fernando Santos, galerista).

De forma a conhecer qualquer objeto de estudo temos num primeiro momento de o contextualizar, conhecer a sua história, o seu percurso. Pois bem, neste caso implica conhecer o percurso de implementação deste cluster no território e as razões do seu desenvolvimento. Constatou-se que a inicial concentração de galerias na principal artéria comercial deste cluster (a rua Miguel Bombarda)³ terá sido o elemento crucial que despoletou o desenvolvimento desta zona. Até 1996, esta área encontrava-se abandonada, repleta de edifícios para efeitos habitacionais que se encontravam degradados. A existência de uma quantidade considerável de espaços vazios, abandonados e rendas acessíveis da altura, muito provavelmente terá favorecido uma centralização de projetos com algumas características similares de comércio especializado no domínio das artes nesta zona. Posteriormente à implementação da Galeria Fernando Santos (1996) e a consequente abertura de outras tantas galerias nesta zona começou a incentivar-se a procura por parte de outro tipo de lojas para esta área.⁴ Este cenário intensifica-se após a inserção do edifício Artes em Partes (1998) chegando a processar-se um boom de atração com a instalação do Centro Comercial Miguel Bombarda (CCB) em 2007. Atualmente, assiste-se nesta zona a uma crescente procura por parte de investidores através de projetos ao nível da restauração, lazer, arte, moda, design, projetos de autor, entre outras dimensões nas áreas criativas.

3 Esta rua inscreve-se numa freguesia com algumas particularidades. A freguesia de Cedofeita até ao século XVIII manteve um carácter sobretudo rural, sendo só a partir dos finais do século XIX que se começa a implementar a indústria – têxtil, ourivesaria, laminagem e estampagem de metais preciosos. Atualmente mais de 50% dos ativos trabalham no sector terciário. Esta freguesia é ainda marcada pela presença de algumas ilhas decorrentes do processo de industrialização, pela significativa percentagem de idosos e uma tendência para diminuição dos efetivos populacionais. Apresenta-se como uma freguesia com características sobretudo urbanas mas com algumas particularidades, nomeadamente a preponderância de diplomas de ensino secundário e superior, o baixo nível de desemprego e número considerável de profissionais qualificados (Pereira, 2005).

4 Na data do levantamento a rua Miguel Bombarda (MB) contava com a presença de 20 galerias, havendo ainda 3 galerias distribuídas nas ruas adjacentes. Quanto a comércio direcionado para uma vertente cultural/criativa MB tinha uma oferta superior a 40 estabelecimento, começando as ruas do quarteirão a serem utilizadas para o mesmo fim (pelo menos mais de 10 estabelecimentos).

Contudo esta continua a ser uma área com uma forte componente na área da prestação de serviços tanto privados como do Estado. Observa-se uma permanência de algumas características de comércio dito tradicional, como mercearias, talhos, floristas, etc.. Paradoxalmente, uma zona ainda muito habitada, com prédios degradados deixados ao abandono e comércio a precisar de ser reabilitado (cf. quadro 1) coexiste com a crescente disponibilidade de comércio dedicado ao sector criativo.

Quadro: Parque habitacional de 4 ruas do Quarteirão Miguel Bombarda

Parque Habitacional			
	Habitado	Abandonado	Em remodelação e/ou para aluguer
Rua Miguel Bombarda (650m)	82,8%	13,1%	4%
Rua do Rosário(465m)	83%	14%	3%
Rua Adolfo Casais Monteiro (259m)	94%	3%	3%
Rua do Breyner (490m)	76%	12%	12%

Fonte: Baseado em dados recolhidos no terreno, cf. Dias (2009).

Mesmo apresentado características de degradação do parque habitacional e comercial em muito similares a tantas outras regiões da cidade do Porto, a concentração territorial de uma área de atividade fomentou a atracção de outras iniciativas empresariais e potencializou dinâmicas associativas na esfera da criação cultural. Será sempre possível discutir se esta concentração comercial em Miguel Bombarda terá sido espontânea ou inicialmente concertada através da iniciativa privada. Se assumirmos o discurso dos “novos intermediários culturais” entrevistados podemos afirmar que se assistiu a um movimento espontâneo, porém na prática, esta espontaneidade levanta algumas dúvidas, em particular se considerarmos a crescente atracção de lojas influenciada pela identificação deste local como o “Bairro das Artes”. Esta frequente denominação e outras análogas (“SoHo do Porto”, “Quarteirão das Artes”, “Rua das Galerias”) divulgada principalmente pelos meios de comunicação social, não é pacífica, particularmente em relação à existência de uma identificação por parte da população estudada com este conceito ou própria aplicabilidade desta imagem. A verdade é que estas dinâmicas de aglomeração de estabelecimentos relacionados com atividades culturais se propagaram a outras áreas do quarteirão, causando o que

podemos denominar de “efeito Miguel Bombarda”. Neste contexto e de forma genérica, poderemos considerar que encontra-se a ser esboçada uma identidade (re)construída de Miguel Bombarda.

Caixa 1: O Circuito Miguel Bombarda

Adicionalmente à extensa oferta de lojas especializadas em torno das diversas artes e da concentração de galerias nesta área, Miguel Bombarda distingue-se pelas iniciativas de animação que dinamiza, particularmente, pelas inaugurações de exposições concertadas.

O Circuito Cultural Miguel Bombarda, denominação que adquiriu após a parceria com a Câmara do Porto, apresenta-se como um cluster comercial dedicado às diferentes artes e como tal as animações que são impulsionadas, agora com maior frequência, espelham precisamente essa ligação à cultura.

As dramatizações, os concertos, as intervenções e as exposições patentes nas diversas galerias permitem dinamizar e divulgar os projetos existentes na área e principalmente animar a cidade, proporcionando uma experiência diferente do comércio massificado.

Intituladas de “happenings”, as inaugurações em simultâneo de exposições das diversas galerias inseridas na zona de Miguel Bombarda surgiram inicialmente como uma iniciativa espontânea elaborada pelos empresários desta área comercial. Sensivelmente de 2 em 2 meses eram inauguradas as exposições, atividade que atraía uma movimentação bastante considerável para esta zona.

A partir de 2007 com a parceria elaborada com a Câmara do Porto, (sob a alçada da empresa Porto Lazer) este projeto adquire uma nova estrutura e uma nova projeção.

Figuras: Animações dinamizadas em Miguel Bombarda, in Dias, 2009.



A aposta na divulgação de eventos como o Circuito Cultural Miguel Bombarda atraiu um novo público e uma nova dinâmica para este espaço, e as parcerias possibilitadas pela Câmara do Porto permitiram uma animação diferente da rua. Transformando o comércio desta zona também numa atividade de entretenimento. Permitindo que o associativismo local, enquanto quadro institucional de animação e interação possa funcionar, simultaneamente, como interlocutor e intermediário privilegiado entre a oferta e a procura cultural.

2.2 Os espaços

Se a abertura da Galeria Fernando Santos terá sido quase que accidental ou incentivada pela presença de uma oferta significativa de espaços livres ou abandonados a preços reduzidos, a atração que se processou posteriormente terá sido amplamente influenciada pela presença das galerias e pela dinâmica cultural que este local vinha a desenhando. Um marco essencial neste processo remete-nos para implementação do emblemático Artes em Partes (um projeto multidisciplinar construído a partir da reabilitação de uma casa antiga abandonada), que em larga medida terá contribuído para que lojas com um carácter especializado no sector cultural/criativo se reunirem nesta área. Posteriormente à abertura do Artes em Partes o principal motivo que aliciou as lojas estudadas a abrirem os seus projetos neste local reporta-nos à imagem construída de Miguel Bombarda. Por outras palavras, com o carácter associado às mais diversas artes que esta zona vinha a criar e desenvolver, mas também pelas características vernaculares dos edifícios ocupados. Nos casos mais recentes, à valorização desta identificação cultural acrescentam as dinâmicas de animação de rua desenvolvidas, em particular as inaugurações em simultâneo das galerias de arte. A movimentação de público que estes eventos atraem e a divulgação mediática decorrente atrai novos investidores que valorizam essas dimensões.

Como tem vindo a ser referido o conceito criativo encontra-se subjacente a cada um destes locais, apostando-se na criação de uma “experiência única” dirigida a quem consome este comércio especializado. Para uma análise mais atenta de alguns dos espaços escolhidos optou-se por esquematizar as informações recolhidas num quadro resumo dos estabelecimentos (cf. quadro 2). Este tipo de negócio não sobrevive das massas, mas sim da especificidade do público que esta zona atrai, ou seja, indivíduos que procuram arte, artigos diferentes, peças de autor e que possuem um elevado poder de compra. Talvez por isso grande parte dos entrevistados considere que os seus negócios se caracterizam como lucrativos, fruto do empenho e da criatividade (através da dinamização de outras atividades), mas também da aposta num atendimento personalizado. Contudo nem todas as lojas conseguem sobreviver, simplesmente porque não se adaptam ao mercado em que estão inseridos.

2.3 Os “novos intermediários culturais”

Foram aqui considerados “novos intermediários culturais” os responsáveis pelo desenvolvimento dos projetos analisados. Verificamos que se caracterizam primordialmente como jovens adultos, com elevado grau de escolaridade e com um percurso profissional relacionado com indústrias culturais/criativas. Neste contexto poderemos sugerir que se observou neste quarteirão uma gentrificação do comércio da zona. Ou seja, os novos comerciantes já não se assemelham aos tradicionais, e impulsionam um novo tipo de comércio que permite uma dinamização diferente desta área. São atraídos para esta zona da Baixa da cidade uma nova espécie de empresários, uma “massa crítica” que comercializa não só produtos mas formas de pensar e entender a cultura. Num contexto de abandono da cidade, de envelhecimento populacional crescente, assiste-se a uma inversão do processo de repulsão comercial, centralizando as suas atividades numa zona temática. Como referimos, nas últimas décadas o tecido comercial especializado existente na cidade do Porto foi gradualmente desaparecendo criando um vazio no interior da cidade, tanto de fornecimento de produtos como de movimentação de pessoas. Face a este panorama, a “massa crítica” empresarial questionada acredita que, à semelhança do que terá acontecido em Miguel Bombarda, a aposta na criação de nichos de mercado por parte de iniciativa privada e a sua

concentração em territórios degradados permitem reabilitação local, em parte devido às dinâmicas de solidariedade criadas.

Conclusões

Em suma, a centralização espontânea de um conjunto de galerias de arte num ponto incharacterístico da cidade do Porto permitiu o despoletar de uma nova organização comercial territorial. Esta concentração na rua Miguel Bombarda fomentou a atração de outras iniciativas empresariais e potencializou dinâmicas associativas na esfera da criação cultural. Nestes rearranjos observou-se uma espécie de gentrificação do urbanismo comercial na área. Empresários jovens, com elevado poder cultural substituíram tradicionais estabelecimentos que ocupavam esta zona degradada oferecendo em alternativa um comércio especializado assente na cultura e criatividade. É evidente a aposta consciente na originalidade conceptual do espaço (multidisciplinar / multidimensional), no atendimento personalizado e informação criteriosa dos produtos e a dinamização de atividades paralelas que permitam de alguma forma criar uma experiência única ao consumidor. As animações que se tornaram imagem de marca deste local, em particular as inaugurações simultâneas de exposições nas várias galerias, que surgem num primeiro momento fomentadas pelos empresários deste quarteirão sublinham precisamente essa qualidade “única”. Mais, a disseminação de espaços de comércio especializado um pouco por todo o quarteirão, o aqui designado “efeito Miguel Bombarda”, vem sustentando uma dispersão que se processa de modo informal e independente dos poderes públicos. Facto que vem tornando este tecido criativo mais consciente do seu papel crítico e da sua capacidade de intervenção nas questões urbanas. Neste contexto, parece ser possível afirmar com alguma propriedade que a criação de um nicho de comércio centrado nas indústrias culturais e criativas permitiu o desenvolvimento de uma reconfiguração física da cidade, otimizada pelos processos de recuperação do parque habitacional que estas dinâmicas requerem, através de procedimentos como a reconvertibilidade de espaços habitacionais em espaços comerciais. Conjuntamente, todo este rearranjo, permitiu uma reconfiguração económica deste local, que aparentemente não tinha grandes tradições comerciais e se encontrava abandonado. Paralelamente, e intrínseco a estas dinâmicas, começa a esboçar-se um novo processo de (re)construção identitária deste território, multiplicando-se denominações como o “Bairro das Artes”, ou o “SoHo do Porto”, correspondentes ou não com a realidade vivida, mas que reconstróem a imagem desta zona urbana. Visto isto, é possível sugerir que esta concentração comercial permitiu uma revitalização socioeconómica de Miguel Bombarda, e potencializou processos de reabilitação do espaço urbano.

Não se prevê aqui debater a sustentabilidade deste projeto, e muito menos fazer uma apologia descontextualizada deste tipo de estratégias de desenvolvimento territorial. No entanto, é evidente concluir que estas dinâmicas têm contribuído para um aumento de qualidade de vida comercial da cidade e uma reabilitação de espaços degradados e/ou abandonados. Torna-se visível pela complexidade que estes fenómenos englobam que esta será sempre uma investigação em aberto. Discutiram-se aqui algumas hipóteses que permitem visualizar contextualmente reconfigurações urbanas recentes, mas interessa estudar outros aspetos que a cidade do Porto tem vindo a assumir na atualidade. Em particular, que outros nichos temáticos comerciais se têm vindo a construir, quais as formas que assumem, qual o papel dos diferentes agentes envolvidos nestas dinâmicas e qual o seu impacto na população local.

Quadro 2: Caracterização de alguns dos espaços estudados

	Artes Em Partes	Mundano Objetos	Munda	Gato Vadio	CCB
Localização	Rua Miguel Bombarda	Rua Miguel Bombarda	Rua do Rosário	Rua do Rosário	Rua Miguel Bombarda
Data de Abertura	1998	2004	2006	2007	2007
Horário de Funcionamento	Segunda a Sábado 14:30h às 20:00h	Sextas e Sábados 15:00h às 20:00h	Segunda a Sábado 11:00h às 20:00h.	Quinta a Domingo 15:00h às 19:30h Terça a Domingo 21:00h às 00:59h	Segunda a Sábado 12:00h às 20:00h
Atendimento	Personalizado Proprietários e colaboradores. Sem público-alvo predefinido;	Personalizado Proprietários. Sem público-alvo predefinido;	Personalizado e informativo Proprietários e colaboradores. Sem público-alvo predefinido;	Personalizado Proprietários. Sem público-alvo predefinido;	Personalizado Proprietários das lojas e respetivos colaboradores. Sem público-alvo predefinido inicialmente;
Públicos	Eclético (classe e sexo); idade (oscila entre os 16-60 anos); Características-chave: algum grau de abertura para o tipo de produto que é vendido; interesse por arte, artigos diferentes, peças de autor; ausência da procura em massa; elevado poder de compra.	Eclético (classe e sexo, e idade); Características-chave: certa especificidade e grau de abertura para o tipo de oferta; informados no domínio das artes mas não exclusivamente composto por indivíduos ligados ao design ou arquitetura).	Eclético (classe e sexo); predominantemente jovem (30-45 anos); Características-chave: algum grau de abertura para o tipo de produto que é vendido; informados no domínio de tendências de moda; não apreciam produtos em massa; com algum poder económico e cultura de gosto, que se encontrem acostumados a apreciar artigos com características especiais.	Eclético (classe e sexo); idade (oscila entre os 16-60 anos); Características-chave: algum grau de abertura para o tipo de produto que é vendido; interesse por arte, artigos diferentes, peças de autor; ausência da procura em massa; elevado poder de compra.	Eclético (classe e sexo); idade (oscila entre os 16-60 anos); Características-chave: algum grau de abertura para o tipo de produto que é vendido; interesse por arte, artigos diferentes, peças de autor; ausência da procura em massa; elevado poder de compra.

<p>O emblemático Artes em Partes marca não apenas pela sua originalidade, mas por ter sido um dos primeiros estabelecimentos a ser criado a partir de um edifício antigo recuperado. É composto por 3 pisos, e em cada um deles é possível encontrar um projeto diferente adaptado às características da casa.</p>	<p>Este estabelecimento ocupa apenas o rés-do-chão de um prédio recuperado. Encontra-se dividido em duas zonas, tendo outra uma pequena sala na parte interior funcionado como um ateliê. As preocupações estéticas são marcantes, sendo possível salientar os desenhos elaborados ao longo da loja que seduzem o olhar. Predomina a decoração com os produtos que disponibilizam.</p>	<p>O Muuda apresenta uma área de quase 250 metros, espaço suficiente que permite pôr em prática o conceito tripartido da loja mas salvaguardando a comunicação entre os respetivos espaços e temáticas. O primeiro espaço encontra-se centrado para a Arte e Design; o segundo para as Coleções de Estilistas Portugueses e o terceiro para os Sabores e Leituras. Distingue-se ainda pela sua decoração peculiar, que esteve a cargo dos arquitetos Nuno Sottomayor e José Barbedo.</p>	<p>Por vezes despercebido a olhar menos atentos, o Gato Vadio situa-se numa loja de rua com um só piso. Possui 2 espaços diferentes, na entrada encontra-se a livraria e no resguardado no interior o café-bar e um jardim. A decoração espelha a personalidade dos responsáveis por este local, tendo uma decoração boémia/intelectual, numa combinação de peças de mobiliário antigo com a vivacidade das cores nas paredes.</p>	<p>O CCB ocupa o espaço de uma antiga galeria comercial com 5000 metros quadrados de área nunca antes utilizada. Na sua recuperação, a designer encarregue pelo grafismo desenvolve a imagem de marca deste edifício: 27 riscos, cada qual de sua cor desenhados ao longo de todo o percurso do centro comercial. Este arco-íris ampliado vai-se reduzindo, risco a risco, à medida que as 27 lojas surgem no caminho do visitante ou quando raíam os invulgares jardins no seu interior. A oferta é diversificada, sendo possível encontrar projetos tão díspares como design português, objetos de autor e artesanato urbano (Águas Furtadas); vestuário vintage (Zareca's Story); artigos de autor feitos a partir de estuque (Museu do Estuque); joalharia contemporânea (Adorna Co- rações); mobiliário vintage (Trash Vintage); mobiliário contemporâneo (Piurra); merchandising de arte, cinema e literatura (Vertigo Store); cabeleireiro (Hair Identity); restaurante / café / esplanada (Pimenta Rosa); e o emblemático Arbole Bonsai (bonsais e acessórios/jardins).</p>
--	--	--	--	---

<p>Conceito</p>	<p>O Artes em Partes possui um conceito curioso, a recuperação de um edifício antigo para o fornecimento de um novo tipo de comércio. A ideia desenvolveu-se na possibilidade de conciliar num espaço acolhedor diferentes elementos de comércio especializado. A vertente artística (artes plásticas) foi rapidamente adicionada nesta equação, apresentando-se como uma alternativa aos centros comerciais massificados.</p>	<p>A Mundano Objetos de Arquitetura e Design Lda. caracteriza-se como sendo uma empresa de serviços. A par da loja de venda ao público, os elementos desta empresa disponibilizam o trabalho de design e de arquitetura solicitado pelo cliente, desde arquitetura de interiores, ou propostas de objetos que os clientes pretendam.</p>	<p>Trata-se de um espaço que disponibiliza uma série de componentes como exposições de autores e workshops temáticos, mas paralelamente fornece uma parte mais comercial fazendo a revenda de artigos de moda de marca mas também de designers e estilistas na sua maioria nacionais. Em simultâneo disponibiliza a venda de uma série de objetos de design e mobiliário. O conceito essencial é fornecer um espaço onde o cliente possa desfrutar da compra de objetos originais, de artigos de design únicos ou de peças de mobiliário, fazendo-o num espaço acolhedor que permita satisfazer outras necessidades do consumidor como o próprio lazer, sendo possível apenas escolher um livro da estante e lê-lo num dos recantos do local.</p>	<p>O Gato Vadio caracteriza-se como sendo uma livraria que possui paralelamente uma área de café-bar. Para além destas particularidades, este espaço funciona como um ateliê de design e oferece uma série de eventos ligados a livros, debates, sessões de poesia, projeção de vídeos e documentários, e workshops.</p>	<p>O CCB caracteriza-se como um centro comercial que tenta romper as margens do comércio massificado e das marcas instituídas, procura vender a diferença. Assim, a ideia base mantém-se a mesma que a otimizada no Artes em Partes, ou seja, a junção de uma componente comercial com uma componente artística, apresentando lojas de comércio especializado com produtos de autor, com artigos diferentes e não massificados, onde os próprios responsáveis dos estabelecimentos possam utilizar as zonas como local de exposição e ateliês de trabalho. A componente artística e cultural é dinamizada na oferta de um conjunto de galerias e pela utilização do espaço comum do CCB para exposições de artistas.</p>
-----------------	--	--	---	--	--

<p>O Artes em Partes subaluga as divisões do edifício ao galerista ou lojista que demonstre interesse em ter o seu projeto neste espaço. Entre 2008-2009 no rés-do-chão deste prédio funcionavam projetos como Matéria Prima (loja de música, merchandising de bandas e publicações); Rota do Chá (casa de chá) que se estendia até ao 1º piso, dividindo-o com Muzak (uma loja de discos e cd's vintage) e Galeria Por um Dia. No 2º piso encontrava-se a loja CocktailMolotof (roupa de autor), que partilha este andar com a galeria/projeto In.Transit.</p> <p>No 3º piso funcionavam as lojas Duet (design de moda e ilustração), Menage à Quatre (acessórios, objetos) e a Arranha-céus (mobiliário e decoração vintage).</p> <p>As características estruturais do Artes em Partes impossibilitam a elaboração de atividades no seu interior, face à ausência de um espaço em comum. Quando estas surgem são dinamizadas no exterior do estabelecimento, por exemplo concertos.</p>	<p>Para além dos serviços de design e arquitetura disponibilizados pelos proprietários deste espaço, na loja Mundano situada em Miguel Bombarda é possível encontrar peças decorativas criadas igualmente pelos elementos desta empresa mas também uma série de artigos de marcas nacionais e internacionais dos quais são representantes. Remetem a objetos que poderão ser unicamente decorativos, de uso pessoal ou mistos. O espaço não disponibiliza outras atividades paralelas.</p>	<p>Numa área direcionada para a moda, apostam na revenda de artigos que divulguem o trabalho de estilistas e marcas nacionais. A par dessa aposta na área da moda e acessórios (bijutaria, sapatos, carteiras), este espaço faculta uma seleção de artigos de design e peças de mobiliário, articulado a uma oferta de produtos de decoração (papel de parede, candeeiros, etc.), ou de uso pessoal (como sabonetes e perfumaria). Outra área de serviços passa pela restauração, mas face a problemas de gestão este campo ainda não se encontra em pleno, no entanto, possibilitam o aluguer do espaço para jantares ou lançamentos de projetos. Fornece ao longo do ano uma multiplicidade de atividades paralelas ao funcionamento comercial da loja. Em simultâneo às exposições de artistas que inauguram e das iniciativas que produzem em concertância com o calendário das atividades da rua Miguel Bombarda, este espaço organiza uma série de workshops durante o ano inteiro entre os quais é possível destacar de gastronomia (mais concretamente de sushi, comida japonesa) de vinhos, de maquilhagem e joalharia, de DJ ou de patchwork</p>	<p>Tratando-se de um projeto mais extenso, é possível encontrar no CCB uma grande variedade de lojas e conceitos subjacentes às mesmas, algumas vão conseguindo singrar, outras por múltiplos motivos vão encerrando. No total é possível encontrar 27 lojas neste espaço, mas nem todas se encontram alugadas.</p> <p>O CCB apresenta características que permitem a promoção mais sistemática de atividades. São os responsáveis por este estabelecimento que elaboram um plano de atividades, o objetivo é dinamizar todos os Sábados o espaço, em paralelo às iniciativas que fomentam nas inaugurações em simultâneo das galerias. Pontualmente promovem concertos de música e DJ, festas temáticas como da Absolut Vodka, ou o lançamento de produtos de parcerias que vão desenvolvendo por casualidade, ou exposições de artistas. Para o futuro planeiam a elaboração de 6 festas temáticas por ano (como a festa de reentre, de aniversário, de Natal, de Carnaval, do fecho, etc.) em paralelo com as iniciativas organizadas nas inaugurações em simultâneo, e as dinamizadas pelas lojas do CCB.</p>
---	--	--	---

Fonte: Baseado em quadros-resumo de dados recolhidos no terreno, cf. Dias (2009).

Referências

- Baudrillard (1970), *La Société de Consommation*, Paris, Gallimard.
- Beck, Ulrich; Giddens, Anthony & Lasch, Scott (1995), *Modernização reflexiva: Política, tradição e estética na ordem social moderna*, São Paulo, UNESP.
- Beck, Ulrich e Lau Christoph (2005), “Second modernity as a research agenda: theoretical and empirical explorations in the ‘meta-change’ of modern society”, in *The British Journal of Sociology*, Volume 56, Issue 4, 525-557.
- Bovone, Laura (2001), “Os novos intermediários culturais – considerações sobre a cultura pós-moderna”, in Carlos Fortuna (org.) (2001), *Cidade, Cultura e Globalização – Ensaio de Sociologia*, Oeiras, Celta Editora.
- Castells, Manuel (2006), *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Vol. I: *A Sociedade em Rede*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Costa, Pedro (2000), “Centros e margens: produção e práticas culturais na Área Metropolitana de Lisboa”, in *Análise Social*, vol. XXXIV, nº 154, 2000, 957-983.
- (2007), *Da Economia Criativa à Cidade Criativa: alguns contributos para reflectir sobre o caso português*, Lisboa, Fórum Cultura e Criatividade (Working Paper)
- Dias, Sara Joana (2009), *Uma Viagem ao “SoHo do Porto” – Processos de Criação Identitária e Gentrificação do Comércio Urbano em Miguel Bombarda*, [Tese de Dissertação de Mestrado], Porto, Universidade do Porto, Faculdade de Letras.
- Fernandes, José Alberto Rio (2003), *A reestruturação comercial e os tempos da cidade*, Lille, Departamento de Geografia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Ferreira, Claudino (2002), “Intermediação cultural e grandes eventos. Notas para um programa de investigação sobre a difusão das culturas urbanas”, in *Oficina do CES*, 2000, nº 167, 2-37.
- Featherstone, Mike (2007), *Cultura de Consumo e Pós-modernismo*, São Paulo, StudioNobel.
- Florida, Richard (2005), *Cities and the Creative Class* (First ed.), New York and London, Routledge.
- Harvey, David (1992), *Condição Pós-Moderna*, São Paulo, Loyola.
- Howkins, John (2001), *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*, London, Allen Lane.
- O’Conner, Justin & Wynne, Derek (2001), “Das margens para a cidade. Produção e consume de cultura em Manchester”, in Carlos Fortuna (org.) (2001), *Cidade, Cultura e Globalização – Ensaio de Sociologia*, Oeiras, Celta Editora.
- Peixoto, Paulo (2003), “Centros históricos e sustentabilidade cultural das cidades”, in *Sociologia – Revista da Faculdade de Letras do Porto*, vol. XIII, Porto, FLUP.
- Pereira, Virgílio Borges (2005), *Classes e Culturas de Classe das Famílias Portuenses. Classes Sociais e «Modalidades de Estilização da Vida»*, na cidade do Porto, Porto, Edições Afrontamento.
- VALLES, Miguel S. (1999), *Técnicas Cualitativas de Investigación Social. Reflexión Metodológica y Práctica Profesional*, Madrid, Editorial Síntesis, S.A.
- Zukin, Sharon (1982), *Loft Living – Culture and Capital in Urban Change*, Baltimore, Rutgers University Press.

ELECTROINDEPENDENCIA : CIUDADES CONSUMIDORAS VS PRODUCTORAS

ELECTRO-INDEPENDENCE : PRODUCER VS CONSUMER CITIES

Francisco Javier Gayo Santacecilia

Resumen

A diario millones de ciudadanos hacen funcionar la ciudad, y ya sea para su tiempo de trabajo o para su tiempo personal, necesitan consumir energía. Una ciudad sin electricidad no puede vivir. Aunque intentamos constantemente mejorar nuestros consumos, somos una sociedad urbanita energéticamente dependiente, que necesita evolucionar.

Casi todo el Mundo considera que la energía es un bien escaso y caro de producir, en parte es cierto actualmente, pero esta afirmación se sostiene sobre dos conceptos : el Modo de Producción y el Aprovechamiento de la Energía.

Debemos plantearnos que existen otras maneras de producir, optimizar y utilizar la energía eléctrica. Desde la termoelectricidad, al grafeno, del asfalto o tecla-

dos piezo-eléctricos a mobiliario urbano productivo. Podemos extraer energía de cientos de pequeños actos cotidianos, sólo necesitamos empezar.

Existen iniciativas en diversas ciudades del Mundo que están enseñando nuevos caminos para generar energía, haciendo que los ciudadanos y empresas pasen a convertirse en productores, quizá a pequeña escala, pero ayudando a mitigar nuestra dependencia de los sistemas convencionales, ya que los gestos más pequeños, pueden dar lugar a los cambios más grandes.

Con la revolución Web 2.0, los consumidores de información han pasado a ser un inmenso océano de productores de información, quizá es el momento de trasladar esa filosofía y empezar a pensar en que podemos desarrollar ya la “Energía 2.0”.

Palabras Clave

Energía, Electricidad, Sostenibilidad, Autoproducción, Crisis Energética, Medio Ambiente.

Abstract

Millions of citizens keep cities working daily, and just for their job or leisure time they need to consume energy. A city without electricity is unable to live. Although we constantly try to improve consume rates, we are an energy-dependent urban society, needing to evolve.

Almost everybody considers energy as a limited and expensive to obtain resource, that is only half true actually, but this aseveration is supported by two concepts : Production and Exploitation of that energy.

We must consider two concepts : Production and Optimization, to see new ways to create and use electric energy. From Thermoelectricity to Graphene, from piezo-electric keyboards or roads asphalt to urban fur-

niture. We can extract energy from hundreds of small daily acts, we just need to start doing it.

There are several projects all over the World showing us new ways to generate power, helping citizens and companies to become energy producers, maybe at a small scale yet, but decreasing our dependence on conventional systems, just because the smallest blink can hide the biggest change.

With the 2.0 web revolution, information consumers became themselves into a great ocean of information producers, maybe its time to transfer that filosophy and start thinking in the fact that we can develop "Energy 2.0".

Keywords

Energy, Electricity, Future Support, Self-Production, Energy Crisis, Environment.

Introducción

Las ciudades son los mayores centros de concentración poblacional y por tanto de consumo energético. Ya sea por el aumento demográfico o por el incremento en la cantidad de energía/día que consume un ciudadano, se está planteando una evidente crisis de abastecimiento, que requiere nuevas perspectivas y soluciones, ante la existencia de recursos energéticos limitados y la necesidad de buscar sostenibilidad tanto energética como medioambiental.

El mayor logro no sería ya reducir los consumos, sino empezar a convertir tanto a la ciudad, como a sus habitantes en productores de energía a pequeña escala que pueda ser utilizada para liviar la demanda soportada por las redes principales.

Objetivos

Estudiar el problema de la dependencia energética de España, así como buscar y exponer nuevas iniciativas o soluciones, que están empezando a abrir caminos hacia la conversión de las urbes y los ciudadanos en pequeños productores de energía.

Metodología

Realizar un estudio prospectivo para recabar los estudios y cifras, tanto de la demanda energética en España, como las previsiones estimadas de futuro. Asimismo buscar las iniciativas de generación de energía, fuera de los sistemas convencionales, que se estuviesen desarrollando en distintas países a nivel experimental.

Electroindependencia: Ciudades Consumidoras vs Productoras

1. Hambre energética, un factor social acumulativo

La evolución y el progreso de la humanidad ha estado estrechamente ligada al consumo de energía. De hecho aunque biológicamente se ha insistido en la existencia de nuestro pulgar como factor fundamental evolutivo para utilizar herramientas y progresar, sólo con esa ventaja seguiríamos al mismo nivel tecnológico que los otros primates, lo que realmente nos hizo separarnos de las demás especies es nuestra utilización de la energía.

“Lo que verdaderamente nos diferencia de forma radical de todas las demás especies es nuestro uso de la energía. Cualquier ser vivo, desde una ameba unicelular hasta una ballena azul, pasando por un colibrí o la flor de la que liba, mantienen su orden biológico interno gracias al consumo de energía, una energía que conocemos como energía somática [...] Pero aunque todo ser vivo por unicelular que sea, consuma energía somática, los multicelulares sapiens somos la única especie que ha aprendido a hacer uso de fuentes externas de energía para mantener funciones sociales, ajenas a nuestros metabolismos biológicos, funciones como el transporte y la manufactura, la extracción de recursos, la construcción, la comunicación y la defensa (o el ataque) que ha ido creciendo en complejidad hasta conformar un verdadero metabolismo social. Mantener la estructura y el funcionamiento de este sociometabolismo cuesta enormes cantidades de energía. Muchas, muchas kilocalorías por persona y año de una energía que llamamos exosomática.” . Gómez Romero (2007) : 14-16

Sin embargo la misma capacidad de visión de utilizar algo para el beneficio de la humanidad, permanece en muchas ocasiones ciega ante la visión de alternativas que harían que nuestra sociedad fuese algo menos dependiente.

“La necesidad a escala planetaria de hacer frente de manera urgente y resolutiva al desafío que plantea abordar un suministro de calidad, seguro y suficiente de energía sin generar desequilibrios en el ecosistema global, especialmente los asociados al gran reto que plantea el cambio climático. Hasta ahora, los estudios de planificación energética se habían centrado en prever la demanda de energía que la sociedad iba a requerir en un período de tiempo determinado; teniendo como objetivo cubrir dicha demanda bajo un planteamiento que consideraba ésta como un recurso infinito. Sin embargo, la demostrada aficción que este planteamiento y el actual sistema energético tiene en el medio ambiente y su importante contribución al calentamiento global del planeta, apremian a un cambio del modelo energético.” Plan andaluz de sostenibilidad energética 2007-2013. (2007) : 5

Las grandes revoluciones energéticas han estado ligadas a la explotación y aprovechamiento de recursos, y por esta misma razón nacieron vinculadas con un factor mercantil inevitable. El problema viene de nuestra costumbre de aferrarnos a un sistema por comodidad o comercialidad, en lugar de mirar al futuro y tener siempre en mente la necesidad de buscar la sostenibilidad medioambiental y energética.

Un factor que debemos mantener en mente es el imparable incremento escalado del consumo energético. Debemos tener en cuenta que no sólo somos los occidentales los que demandamos recursos fósiles para crear energía, muchos de las llamadas “economías emergentes” están aumentando su demanda, de manera casi exponencial, para alcanzar el desarrollo de los países más desarrollados. Es decir que lo queramos o no seguirá aumentando la demanda energética.

“Los escenarios elaborados por las distintas agencias internacionales coinciden al señalar un aumento de la demanda mundial de energía primaria entre 2004 y 2030, cifrado en un 57%. Según el IEO 2007, durante este mismo periodo se incrementará en un 85% el consumo de electricidad. [...] Hasta entonces tenemos poco más de dos décadas de plazo para desarrollar otras fuentes alternativas que sean sostenibles, más respetuosas, con el medio ambiente y que puedan sustituir progresivamente a las anteriores para abastecer la demanda.” Energía : Las Tecnologías del Futuro”. (2008) : 14.

Estamos mal acostumbrados a unos modos de producción y consumo que dilapidan nuestros recursos, y el factor principal de este problema no es sólo el agotamiento inevitable de nuestra sociedad basada en el petróleo, sino la ceguera político-social ante tal hecho.

“Como resultado, los privilegiados por haber nacido con consumidores gastamos y dilapidamos hoy más energía exosomática que nunca, y además lo hacemos a un ritmo creciente. Una situación verdaderamente insostenible.” Gómez Romero (2007) : 20.

Sólo para tener una referencia podemos analizar la progresión de la demanda individual en nuestra sociedad, las cifras son claras si lo multiplicamos por nuestras poblaciones.

“Desde la era industrial el consumo se ha centuplicado y crece alrededor del 2,3% anual [...] El consumo promedio per cápita es de 0,2 GJ/día [...] lo que equivale a una potencia de 2,3 kW/persona”. Energía : Las Tecnologías del Futuro. (2008) : 15.

Esta cifra se refiere principalmente a los países occidentales, mientras gastamos de manera desmesurada y a veces innecesaria, con esa cantidad se abastecerían varias familias en países menos desarrollados. Curiosamente desarrollamos determinadas iniciativas para países del llamado “tercer Mundo”, que deberían servirnos de ejemplo de moderación y aprovechamiento de recursos a nosotros mismos.

2 . Lecciones de los más humildes No-aprendidas por occidente

Recientemente en una campaña promocionada por el cantante Huecco y multitud de figuras del deporte, se presentó una iniciativa de un “simple” balón de fútbol, que crea y almacena energía a partir de su movimiento y uso como elemento de juego. El balón diseñado por el propio HUECCØ ha sido creado por, dos jóvenes emprendedoras licenciadas en Harvard Jessica Matthews y Julia Silverman. La energía cinética provocada por el juego con el balón, queda almacenada así para poder alimentar unas pequeñas lámparas de led, que aunque a nosotros nos parezcan de una potencia muy escasa, representan TODA la electricidad disponible para algunas familias de África por ejemplo.

Otra iniciativa, inspirada en el autor Negroponte, es la llamada “One-Laptop per Children” que promulgaba la fabricación y reparto de portátiles específicamente desarrollados para ser alimentado como por acumuladores

de bobina o palanca, diseñado así para evitar de dependencias energéticas. Curiosamente estos modelos aún en sus limitaciones mostraban una eficacia energética mayor de las sugeridas por el proyecto Energy-star para el mundo occidental.

“El ‘ordenador portátil de 100 dólares’ cambia ligeramente su diseño práctico y vistoso: ya no tendrá la característica manivela de los primeros modelos para proporcionar a la máquina energía eléctrica de forma manual.

En lugar de esa manivela se ha incorporado una especie de cordón del que se tira para cargarlo, como el de las cortadoras de césped. Este mecanismo resuelve el problema de cómo poner en marcha un ordenador en las áreas más remotas y pobres del globo que carecen de servicio eléctrico.” Noticia Online de El Mundo. (26/10/2006).

Curiosamente las sociedades menos desarrolladas tecnológicamente son las que más valoran los recursos, porque están acostumbrados a la carencia de ellos, mientras que nosotros estamos demasiado acomodados y vividos por el hecho de vivir diariamente con total disponibilidad de agua o energía.

Sin embargo, nos quejamos constantemente como ciudadanos de los incrementos en el coste de la energía eléctrica, sin hacer prácticamente nada por intentar solventar la situación.

Por un lado, nos hemos vuelto tan adictos a la permanente disponibilidad de recursos que acumulamos cada vez más elementos que necesitan energía. Hoy nadie se plantea vivir sin uno (o más) teléfonos móviles, consolas, mp3/mp4, aire acondicionado, despertador eléctrico, microondas, secador de pelo, afeitadoras, portátiles e innumerables electrodomésticos o gadgets más, algunos de los cuales son relativamente innecesarios o superfluos.

Los países que disponen de recursos energéticos propios, ya sea petróleo, gas, carbón etc, pueden “permitirse” preocuparse menos dado que son un poco más independientes, pero España concretamente depende de manera alarmante de recursos energéticos externos.

“Y esa necesidad es tanto o más apremiante cuanto más exclusiva es nuestra dependencia de las fuentes convencionales de energía. Deberíamos recordar aquí que nuestro país es especialmente dependiente de fuentes externas de combustibles fósiles” Gómez Romero (2007) : 137

Sin embargo, para ser un país que carece de una producción propia suficiente, lo cierto es que nuestros niveles de consumo no son moderados.

“[...] las estadísticas más recientes desvelan que nuestro país avanza a mayor ritmo que nuestros vecinos de Europa occidental, tanto en el aumento del consumo energético como en la producción de dióxido de carbono (CO₂)” Gómez Romero (2007) : 26.

Por otro lado, esos mismos países emergentes, dentro de su previsible desarrollo futuro, representan también otro factor de presión sobre los recursos energéticos que debería hacernos pensar en la futura posición de los países en base a su demanda/producción, y valorar los costes de poder contar con cierta independencia energética, que aunque parezca pequeña, seguro supondrá un alivio en la presión socioeconómica.

En 2020, esos países en vías de desarrollo representarán un 60% de la demanda total de energía en el mundo desde el 45% que ostentan actualmente.

“Dondequiera que se produzca esta nueva demanda, jugará un papel enorme a la hora de configurar todo lo referente a la próxima economía energética, desde la cantidad de energía que necesitamos hasta los tipos de combus-

tibles que utilizaremos y la rapidez con que los requeriremos. La demanda determinará qué países suministran la energía y cuáles la consumen. La demanda fijará el precio de esos recursos energéticos, lo cual dictará a su vez la facilidad con que pasaremos de un combustible a otro y si la transición será gestionada por los actores energéticos existentes, como las compañías petroleras, o bien por algunos recién llegados al mercado. Por encima de todo, esa gigantesca demanda complicará extraordinariamente la tarea de construir una economía energética mejorada; hablando claro, estaremos demasiado ocupados luchando por las reservas de energía existentes como para destinar atención o recursos a encontrar otras nuevas.” Roberts (2004) : 196-197.

3. Producción a micro-escala : una contribución al equilibrio.

Lo cierto es que poco podemos hacer inicialmente a escala macroeconómica como actores de segunda del teatro energético mundial, pero curiosamente podemos avanzar en otra dirección : la autoproducción a pequeña escala.

Es evidente que no podemos sacar de la nada recursos fósiles, pero sí podemos generar energía, y aunque ya los hacemos de manera limitada con las energías renovables, se muestra claramente insuficiente de cara a nuestra evolución, por ello hay que intentar ver más caminos y opciones.

“Pero si nos limitamos a las tecnologías ya existentes el catálogo se nos podría quedar corto, insuficiente a medio, incluso a corto plazo. [...]

Es imprescindible (y se está volviendo urgente) la investigación de nuevos principios, el desarrollo verdaderamente innovador de nuevos métodos de generación (o mejor deberíamos llamarlos de conversión) de energía y la implementación de nuevos modelos de gestión de esas energías” Gómez Romero (2007) : 139

Se han desarrollado multitud de iniciativas basadas en las energías alternativas, fundamentalmente, solar y eólica (además de las mareomotrices y de biomasa). Estos proyectos se basaban en unos pocos elementos para dar energía a muchos. El problema es que esos muchos, son cada vez más. Aumentando peligrosamente la dependencia energética de fuentes externas y limitadas.

“Además de la descompensación climática, hay que contar con la alta vulnerabilidad del actual modelo ante futuros problemas de abastecimiento energético. Según cita la Comisión Europea en el Libro verde Estrategia europea para una energía sostenible, competitiva y segura [COM (2006) 105 final], las necesidades energéticas actuales de la Unión Europea se satisfacen en un 50% con productos importados, una dependencia que podría elevarse hasta el 70% en los próximos veinte o treinta años si no se consigue otorgar una mayor competitividad a la energía autóctona.” Plan andaluz de sostenibilidad energética 2007-2013. (2007) : 8-9.

4 . Cuando el consumidor forma parte de la solución.

Nuestra intención es incidir en la producción muy limitada, para usos limitados, pero que sumada y multiplicada por el conjunto de usuarios de nuestra población, creemos se revelaría como una ayuda importante a la disminución de la demanda y de la dependencia.

La autoproducción a “nano-escala” es quizá el campo que debería llamar más nuestra atención. La intención es dejar de comportarnos individualmente sólo como consumidores, para entrar directamente a ser parte de la solución como productores.

Puede sonar ridículo, pero no es muy distinto de la comparación que hacíamos al inicio con nuestra sociedad de la información. Siendo sinceros hace unos 10-15 años apenas podíamos imaginar que una sola persona pudiera convertirse en un medio de comunicación, con la repercusión y alcance de los grandes medios de masas, pero los blogs y publicaciones en internet han demostrado lo contrario.

Potencialmente los humanos hacemos decenas de acciones diarias en las que estamos produciendo, sin darnos cuenta, energía aprovechable, el problema es cambiar la mentalidad e investigar y mejorar tecnologías ya existentes para utilizarla.

Ahora con las bombillas de nueva generación y los leds, podemos producir más luz consumiendo menos energía. Y muchos de esos gadgets “imprescindibles para nuestra vida” no necesitan tanta electricidad para recargarse.

Pensamos siempre a gran escala con enormes generadores que den mucha energía, ¿pero y si la clave estuviese en pequeños generadores que den un poco de energía a cada uno?.

El problema de la generación de energía no resulta tan complejo a pequeña escala, ya que muchas de nuestras acciones nos convierten en dinamos vivas. No nos referimos a enchufarnos a Matrix y convertirnos en una pila, sino a la utilización tanto de nuestros movimientos como de nuestras acciones diarias y constantes.

En este momento nos centraremos en dos opciones de creación y acumulación de energía, las mecánicas y piezoeléctricas y las termoeléctricas.

¿Nunca se ha preguntado cómo se carga un reloj “Seiko Cinetic”?, esos relojes no utilizan pilas, se recargan con el simple movimiento de la muñeca de su usuario. Es cierto que la energía que utiliza un reloj no es excesiva, estamos de acuerdo, entonces la solución pasa por multiplicar el número de acciones y sumar todas las energías resultantes.

Los teclados que están tan vinculados a nuestras vidas transmiten nuestras ideas a los ordenadores, pero ¿qué pasa con la energía mecánica?, la fuerza con la que presionamos esas mismas teclas miles de veces a diario, es utilizable y aprovechable para, por ejemplo dar energía al teclado mismo y evitar así que éste consuma tanta energía de la red.

“El kilowatio/hora más ecológico es aquel que no se consume [...] Además, desde un punto de vista práctico, el ahorro es nuestra baza más inmediata y simple”. Gómez Romero (2007) : 127

5 . Pisando fuerte : un poco de energía para dar un paso de gigante

Muchos deportistas se compran podómetros para calcular el número de pasos y la distancia que recorren. ¿Y si la presión de su pisada pudiera convertir esa energía mecánica en eléctrica?. Ya se ha hecho y es viable.

Cambemos ahora los papeles, ¿Y si fuese el suelo el que recogiera esa energía?, nuestro peso o el de cualquier elemento produce una diferencia de presión que es convertible en energía eléctrica.

En este sentido se ha experimentado de dos formas, a diferente escala. Por un lado, “aceras productivas”, por otro “carreteras productivas”.

Así, en Japón a modo de ejemplo, se experimentó con una pequeña área de calzada generadora de electricidad, que alimentaba una pantalla de leds que la gente podía ver, de manera que entendiesen que eran ellos los que

producían esa energía.

“En Japón (donde mas), se han instalado en la plaza frente a la estación de Shibuya un panel de un material piezoeléctrico que genera electricidad al pisar sobre él. Este panel, de 90 centímetros cuadrados, genera 0.5 vatios cuando una persona de 60 kilos da dos pasos encima suyo. Con esta energía generada se alimenta un panel de LEDs que muestra la cantidad de vatios producidos y unas luces de Navidad situadas a su lado.” (Noticia Web 3 de www.diarioecologia.com).

Imagine que toda la energía de cientos de personas pasando a diario por una calle principal, se pudiera convertir en energía y acumular para, por ejemplo, utilizarlo para alumbrado público, y todo mediante la sencilla tecnología piezoeléctrica.

“El efecto piezoeléctrico es un fenómeno físico por el cual aparece una diferencia de potencial eléctrico entre las caras de un cristal cuando éste se somete a una presión mecánica. Tomando este principio en Tokio, Japon la empresa East Japan Railway Company intentara producir electricidad a gran escala colocando dispositivos piezoelectricos en siete de las compuertas de entrada al metro para generar lo que calculan serian 1400KW/ sec, cada dia, electricidad suficiente para iluminar los carteles electronicos de la estación. Esta electricidad será producida por la presion que ejercen las personas al pasar sobre los dispositivos piezoelectricos cuando cruzan las compuertas. Las pruebas de esta tecnología empezaran tan pronto como el proximo 10 de diciembre y si funciona se utilizaran en otras estaciones de trenes, transportes y aeropuertos de Japón”. (Noticia Web ref-2 de www.diarioecologia.com)

Hasta este punto vemos cómo los peatones podemos contribuir a generar energía eléctrica, pero curiosamente los propios vehículos también.

Cuando se elaboró el estudio “Por una Europa en Movimiento : Movilidad sostenible par nuestro continente”, se incidía en las necesidades de ahorrar energía y combustible, básicamente optimizando el transporte y siempre desde el punto de vista del vehículo.

“asimismo, al tratarse de uno de los principales consumidores de energía, el transporte debe contribuir a garantizar la seguridad de abastecimiento energético;

innovación en apoyo de los objetivos anteriormente mencionados de movilidad y de protección, gracias al aumento de la eficiencia y la sostenibilidad de un sector de transportes en crecimiento. Las políticas de la UE pretenden desarrollar y proporcionar al mercado soluciones innovadoras para el futuro que sean eficientes desde el punto de vista energético, empleen fuentes de energía alternativas o presten apoyo a grandes proyectos de transporte inteligente ya maduros, como Galileo.” Por una Europa en Movimiento. (2006) : 8-9.

Pero las carreteras sin luces y sin pantallas electrónicas de señalización, no serían las mismas, por lo que la propia generación de energía eléctrica a partir del paso de vehículos, también representaría una mejora. Volvemos al uso piezoeléctrico de energía mecánica.

“La idea de generar electricidad a partir del paso de vehiculos por las calles y carreteras ha pasado de ser un concepto a una realidad palpable cuando en el Reino Unido el inventor británico Peter Hughes ha diseñado una plataforma con bandas sonoras y, cada vez que un vehículo pasa sobre ella y ejerce presión, se acciona un mecanismo por el movimiento vertical que activa un generador eléctrico. El dispositivo ha sido bautizado como Energía en el asfalto (Electro Kinetic Road Ramp). La energia producida por el efecto piezoelectrico producido

será utilizada para alimentar con electricidad farolas, señales de tránsito, semáforos, el alumbrado del centros de ocio y la iluminación interior de aparcamientos.

Con el paso de unos 5.000 vehículos a la hora se pueden generar 160 kw/hora, lo que equivale a iluminar 400 farolas durante un día” . (Noticia Web ref-1 de www.diarioecologia.com).

Lo cierto es que a pesar del aumento del transporte público, el aumento de la densidad de población y de transporte de mercancías, plantea un incremento progresivo del tráfico.

“En términos globales, durante el período 1995-2004 el transporte de mercancías creció un 28 % y el de pasajeros un 18 %, mientras que el transporte por carretera creció un 35 % y un 17 %, respectivamente.” Por una Europa en Movimiento. (2006) : 13.

Y lo cierto es que la luz es algo necesario tanto para los conductores, como para los peatones, que en las zonas urbanas coexisten con más coincidencia física, por lo que la generación por parte de ambos beneficiaría a todos.

“El 80 % de los europeos vive en entornos urbanos. Los transportes públicos, los automóviles, los camiones, los ciclistas y los peatones comparten una misma infraestructura”. Por una Europa en Movimiento. (2006) : 23.

6 . Volver a utilizar la hucha : ahorrar es tener poco a poco más.

Es cierto que el problema se planeta de dos maneras, el voltaje generado y la acumulación del mismo, por lo que respecta a la parte de generación queda claro que podemos intentar nuevos caminos, pero esos avances no servirán de nada si no somos capaces de acumular esa energía obtenida. Las baterías de almacenamiento tradicionales tienen capacidades limitadas, pero considerando las enormes posibilidades de las nuevas pilas de hidrógeno, y el bajo consumo de los leds, quizá sería interesante estudiar una combinación que permitiera acumular y utilizar esa energía de la manera más directa posible.

“Como una batería que no necesita recargarse nunca, las pilas de combustible mezclan hidrógeno y oxígeno para producir corriente eléctrica. Hacen poco ruido, no emiten nada más molesto que vapor de agua y durante mucho tiempo han sido consideradas coo la clave de un futuro energético limpio.” Roberts ((2004) : 95.

“Y es que las pilas de combustible no sólo podrían llegar a alimentar nuestros coches. Dependiendo del tipo, de la potencia y tamaño se vislumbran aplicaciones en sectores tan dispares como la automoción, la electrónica de consumo o la generación distribuida de electricidad. Este último aspecto presenta importantes implicaciones económicas y sociales, ya que supondría un radical cambio de un modelo de generación y distribución centralizadas a otro en el que la generación estaría deslocalizada, distribuida a nivel local.” Gómez Romero (2007) : 145

Y es que además de servir para ahorrar de manera directa en la demanda de la red energética principal, debemos considerar que a esto se le suma el enorme ahorro derivado de las pérdidas por transporte. Lo cierto es que nuestra red de distribución “gotea”, es decir de manera inevitable parte de la energía se pierde al tener que transportarla desde las plantas productoras hasta los puntos de demanda, algo que se vería paliado en parte con la autogeneración, que además no tendría pérdidas propias reseñables.

“La electricidad se produce a partir de carbón con una eficiencia del 38%. Es decir 62% de la energía contenida en el carbón no entra en la red. Durante el Transporte y distribución desde la planta se pierde alrededor de 2% [...] Disminuir las pérdidas que se producen a lo largo de toda la cadena desde las fuentes primarias a los usos

finales es un punto clave en el diseño de un sistema energético sostenible”. Energía : Las Tecnologías del Futuro (2008) : 25.

La producción está bien claro que se puede obtener de muy diversas fuentes de energía mecánica, estos ejemplos son iniciativas de uso más urbanas, pero tanto en el trabajo como en el hogar podemos seguir produciendo energía.

Hasta ahora la política energética se ha orientado al consumo optimizado, que mejor que librar de parte de esa carga de consumo a la red principal, a través de la autoproducción a pequeña escala.

“La Ley de Ordenación de la Edificación (LOE) supone la armonización de la reglamentación nacional existente con las disposiciones de la unión Europea vigentes en esta materia. Establece medidas dirigidas a ordenar y hacer sostenible el consumo de energía final en el sector de la edificación, con el objetivo de conseguir un uso racional de la energía necesaria para la utilización de los edificios, reduciendo su consumo energético y estableciendo la obligación de incorporar criterios de eficiencia energética y el uso de energía solar, térmica y fotovoltaica en determinados edificios”. Estrategia Española de Cambio Climático y energía limpia. Horizonte 2012. (2007) : 12

Y es que las oficinas y los hogares tienen una característica en común, poseen individuos que se mueve dentro de ellos, es decir, que se debería estudiar la acumulación de la energía mecánica desde en suelos comunes, hasta en mobiliario de uso. ¿Cuántas veces se mueve, se levanta y se inclina un oficinista en su silla?, ¿Cuántas veces al día pasa gente por un portal?. Parecen ilusiones fatasiosas, pero tampoco nuestros abuelos se creían que pudiese llevar cada persona un teléfono encima y que funcionase sin cables.

7 . Más Inversión en I+D+i es la vía para asegurar el futuro energético

Lo único que hace falta es desarrollar tanto baterías de acumulación que aprovechen esas energías mecánicas y optimizar y mejorar la cantidad de energía producida por los métodos que emplean presión piezoeléctrica o los sistemas termoelectricos. El gobierno en su búsqueda de una mayor sostenibilidad, ya fomentó en una primera fase la incorporación de otros productores de energía a la red de consumo, pero también reconocían que estas aportaciones aún eran insuficientes.

“La sociedad española actual, en el contexto de la reducción de la dependencia energética exterior, de un mejor aprovechamiento de los recursos energéticos disponibles y de una mayor sensibilización ambiental, demanda cada vez más la utilización de las energías renovables y la eficiencia en la generación de electricidad,

como principios básicos para conseguir un desarrollo sostenible desde un punto de vista económico, social y ambiental. [...]

La creación del régimen especial de generación eléctrica supuso un hito importante en la política energética de nuestro país. Los objetivos relativos al fomento de las energías renovables y a la cogeneración, se recogen en el Plan de Energías Renovables 2005-2010 y en la Estrategia de Ahorro y Eficiencia Energética en España (E4), respectivamente. A la vista de los mismos se constata que aunque el crecimiento experimentado por el conjunto del régimen especial de generación eléctrica ha sido destacable, en determinadas tecnologías, los objetivos planteados se encuentran aún lejos de ser alcanzados. “ Real Decreto 661/2007, de 25 de mayo, por el que se regula la actividad de producción de energía eléctrica en régimen especial. BOE 126. Pag 1.

Quizá la producción a pequeña escala diaria multiplicada por el número de habitantes, nos podría sorprender rebajando un poco del total de dependencia energética que venimos sufriendo. Esto quedaría reforzado si a modo de incentivo, se pudiese derivar un cierto beneficio directo o indirecto a los ciudadanos, ya sea en cargas legales o tarifaciones especiales. Esto es algo que ya se contempla de cara a los productores de electricidad en régimen especial.

“Desde el punto de vista de la retribución, la actividad de producción de energía eléctrica en régimen especial se caracteriza por la posibilidad de que su régimen retributivo se complemente mediante la percepción de una prima en los términos que reglamentariamente se establezcan, para cuya determinación pueden tenerse en cuenta factores como el nivel de tensión de entrega de la energía a la red, la contribución a la mejora del medio ambiente, el ahorro de energía primaria, la eficiencia energética y los costes de inversión en que se haya incurrido.” Real Decreto 661/2007, de 25 de mayo, por el que se regula la actividad de producción de energía eléctrica en régimen especial. BOE 126. Pag 1.

Sea como sea necesitamos urgentemente empezar a doptar medidas que fomenten no ya las vías de las renovables sino la investigación en todos los métodos de producción viable. La Autoproducción a pequeña escala puede parecer perteneciente al terreno de la ficción, pero los verdaderos cambios y revoluciones sociales suelen parecer atrevidos y audaces.

“Nos encontramos en una encruzijada energética. El voraz consumo de energía es difícil de frenar; las desigualdades entre países son alarmantes, y las actuales fuentes masivas de energía tienen, en su mayoría, recursos limitados y repercusiones ambientales indeseables. En este contexto sólo actuaciones que incorporen políticas energéticas audaces y un decidido impulso público de la I+D+i en este ámbito nos permitirá abordar con éxito el cambio de modelo energético y preparar un porvenir sostenible para las generaciones venideras.” Energía : Las Tecnologías del Futuro (2008) : 13.

Conclusiones

Para resolver un problema hace falta de manera diferente

El hecho es inevitable, somos una sociedad que depende de la electricidad, dado que nuestros recursos fósiles son limitados, debemos explorar nuevas vías de producción.

Las energías obtenidas de métodos alternativos, son y serán parte de la solución, pero todos los expertos coinciden en que no son todavía suficientes. En este sentido cualquier aportación que libere parte de la carga de demanda energética debería considerarse.

Puede que la autogeneración a pequeña escala no parezca una aportación importante, pero con el correcto desarrollo de nuevos sistemas de acumulación, el ahorro que suponen de la red principal y la casi inexistente pérdida por transporte, deberíamos estudiar la viabilidad de estos métodos.

Un teclado que se autoalimenta, unas luces del portal que se nutren de los pasos de los vecinos, oficinistas o de los niños de una escuela, unas farolas que aprovechan el paso de los coches, puede que todas estas pequeñas cosas, no parezcan ser capaces de producir mucha energía, pero lo que no debemos olvidar nunca es multiplicarlo por los millones de ordenadores, de usuarios, de vecinos y de conductores. Juntos siempre hemos sido más como

especie. La dependencia energética es un problema de todos, quizá sea hora de que TODOS pasemos a ser la solución, para lograr un desarrollo sostenible cuyo significado a veces olvidamos.

“El concepto de “desarrollo sostenible” fue formulado por primera vez en 1987 por la Comisión de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas como <<el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades>>” Energía : Las Tecnologías del Futuro (2008) : 42.

Las ciudades como zonas de acumulación poblacional suponen gran parte del sector de la demanda energética, más allá de meras luces de navidad o semáforos con leds, debemos ver la manera de aprovechar lo que más genera una ciudad “movimiento” y transformarlo en la energía que alimente a parte de ese entorno de consumo cercano.

Las Urbes del futuro tendrán que aprender no sólo a ahorrar, deberán ponerse metas más altas y ser capaces de autoabastecerse a través de las innumerables mecánicas energéticas que podemos extrapolar de la vida diaria de una ciudad, si logramos sumar todos esos pequeños esfuerzos, si encontramos la manera de acumular y preservar toda esa energía mecánica y termoeléctrica que desperdiciamos, quizá veamos cómo los números más grandes se componen en realidad de la suma de números más pequeños. El futuro energético reside en nosotros mismos, tanto en nuestras acciones y como en nuestras decisiones.

Referencias

Bibliografía / Hemerografía

Gómez Romero, Pedro. Un planeta en busca de energía. Editorial Síntesis S.A. 2007.

Roberts, Paul. El fin del petróleo. Ediciones B, S.A. 2004.

Energía : Las Tecnologías del Futuro. Biblioteca de la Energía. Instituto Español de la Energía. 2008.

“Por una Europa En movimiento : Movilidad sostenible para nuestro continente”. Revisión intermedia del Libro Blanco del transporte de 2001 de la Comisión europea. Comunidades Europeas. 2006

“Plan andaluz de sostenibilidad energética 2007-2013”. Agencia Andaluza de la Energía Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa Junta de Andalucía. Consejería de innovación, ciencia y empresa. 2007.

“Estrategia Española de Cambio Climático y energía limpia. Horizonte 2012”. Propuesta del Gobierno para el Consejo Nacional de Clima, la Comisión de Coordinación de Políticas de Cambio Climático y consulta pública. 2007.

Real Decreto 661/2007, de 25 de mayo, por el que se regula la actividad de producción de energía eléctrica en régimen especial. BOE 126. Sábado 26 mayo 2007.

Webbgrafía

Sobre los requisitos de consumo energético de los electrodomésticos y electrónica. <http://www.eu-energystar.org/es/index.html>

Noticias Web de Diarioecologia.com. Consultadas el 16 de julio de 2011.

<http://diarioecologia.com/2009/05/generacion-de-energia-a-partir-del-paso-de-vehiculos/#axzz1SFsMv6X3>

<http://diarioecologia.com/2008/12/generando-energia-a-partir-de-las-pisadas/#ixzz1SGDgIVQE>

<http://diarioecologia.com/2008/12/luces-de-navidad-alimentadas-por-los-transeuntes/#ixzz1XpiqobfF>

Noticia Web de Treehugger.com. Consultada el 17 de julio de 2011.

<http://www.treehugger.com/files/2008/04/truck-traffic-electricity-dragon-station.php>

Documento de explicación de la iniciativa “Dame Vida-Soccket”. Disponible en www.dame-vida.org/docs/Dame_Vida-sOccket_Action-Spanish.pdf.

Web de presentación del balón acumulador de energía “Soccket”.

<http://www.soccket.com/>

Noticias de El País, edición On-line

http://www.elpais.com/articulo/internet/Polemica/portatil/Tercer/Mundo/elpepuc/20061214elpepunc_3/Tes Consultada el 23 de agosto de 2011.

http://www.elpais.com/articulo/cultura/tomates/huerto/salen/mejor/Dame/vida/elpepuc/20110912elpepuc_4/Tes Consultada el 13 de septiembre de 2011.

Noticias de El Mundo, edición On-line

<http://www.elmundo.es/navegante/2006/10/26/tecnologia/1161860820.html> Consultada el 23 de agosto de 2011.

CIDADES CRIATIVAS: UMA PROPOSTA DE CONSTRUÇÃO DE ESPAÇO COLABORATIVO PARA DESENVOLVER AÇÕES DE ECONOMIA PLANEJADA

Sidney Rodolfo de Souza

Professor

Professor do CCSA – Centro de Ciências Sociais Aplicadas

UNIOESTE – Universidade Estadual do Oeste do Paraná

sidney.souza@unioeste.com

Resumo

As transformações mundiais em termos de economia trouxeram novos conceitos e novas visões sobre as cidades em termos políticos, econômicos e sociais. Os investimentos nas cidades devem atender a comunidade que faz parte desse espaço. A Economia Criativa é um novo conceito que vem colaborar nas discussões sobre como devem ser os investimentos nas cidades. Este trabalho tem como objetivo discutir e aplicar os

conceitos de Economia Criativa na Cidade de Marechal Candido Rondon. Também objetiva aproximar as discussões em termos acadêmicos da realidade da cidade, para isso o trabalho é desenvolvido em termos colaborativos com projetos já implementados, com outras universidades e com o grupo de pesquisa Cidades Criativas.

Palavras chave

Economia Criativa, cidades, inovação, colaborativo.

Abstract

The global transformations in terms of economy brought new concepts and new insights about cities in terms of political, economic and social. Investments in cities must meet the community that is part of that space. The Creative Economy is a new concept that comes collaborate in discussions on how the investments should be in cities. This paper aims to dis-

cuss and apply the concepts of Creative Economy in Marechal Candido Rondon City. It also aims to bring together academic discussions in terms of the reality of the city, for this work is developed in accordance with collaborative projects already implemented, with further universities and the Creative Cities research group.

Key words

Creative Economy, cities, innovation, collaborative.

Introdução:

“The ideas business.

Personal ideas

turned into

public ideas,

products and

services”.

HOWKINS; J. (2012)

O projeto Cidades Criativas é uma proposta de construção de espaços comunicativos e colaborativos destinado ao desenvolvimento de ações criativas que pretendam promover pontos de encontro de diversas instituições, grupos de investigação, projetos educativos, coletivos de comunicadores, publicitários e de marketing social, que orientam suas atividades a construir realidade social, promover ideais e conceitos, difundir ações sociais e solidárias, orientadas a detenção, identificação, busca de alternativas e soluções para melhorar a vida das pessoas nas cidades.

Este projeto se desenvolve dentro dos princípios da “Economia Criativa” onde os conhecimentos de diferentes profissionais são aproveitados e colocados à disposição das comunidades. Segue a definição de John Howkins (2001) que entende Economia Criativa como atividades na quais indivíduos exercitam a imaginação e exploram seu valor econômico. Pode ser definida como processos que envolvam criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos.

Mas Howkins (2001) afirma que a primeira lei da economia criativa ou primeiro talento é “crie ou morra”. Para o autor a criatividade deve ser original, com ressignificado, ou seja “pode significar algo completamente novo, o que eu descreveria como ‘algo de nada’, ou a reformulação de algo que já existe, no sentido de ‘dar caráter a algo” (Howkins, 2001, 13).

E dentro dessa perspectiva o Brasil é visto com grande potencial. Pesquisadores como Richard Florida (Folha, 2010) que entende que a retomada econômica não ocorrerá calcada na “ordem antiga” e prevê um novo sistema que será movido a “conhecimento” com foco em recursos humanos, coloca o Brasil como um país com grande potencial.

“Mas acho que algumas economias emergentes — China, Índia e Brasil — estão começando a desenvolver um novo estilo, uma nova energia intelectual, e estão mais interessados em pensar de uma forma nova, junto com os países que fazem parte do bloco Brics” (Florida, 2010, A13).

Considerando o fato de que cada organização ou país desenvolve diferentes amplitudes para o tema, esta pesquisa foca uma “Economia Criativa” que deve obrigatoriamente incluir todos os serviços relacionados ao conhecimento e à capacidade intelectual, não se limitando, apenas, às chamadas “Indústrias Criativas” ou “Indústrias Culturais”.

A pesquisa também esta atenda as determinações que o Governo Federal esta fazendo, principalmente dentro do Ministério de Cultura onde foi criada pelo Decreto 7743, de 1º de junho de 2012, a Secretaria da Economia

Criativa (SEC) que tem como missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros. O objetivo é tornar a cultura um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro.

“A Secretaria da Economia Criativa tem por missão conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, priorizando o apoio e o fomento aos profissionais e aos micro e pequenos empreendimentos criativos brasileiros” (Minc, 2011, 38).

A temática que leva a reflexão sobre as cidades também é tema de instituições como a ONU-Habitat (Organização das Nações Unidas) e a Rede de Cidades Criativas da UNESCO que possuem um plano diretor para levar a cabo ações no mundo todo, além de incentivar o debate e a pesquisa.

“Na atualidade, mais da metade da população mundial vive em cidades e assentamentos urbanos, muitos deles grandes urbes, com graves carências em ordenação territorial ou em planificação previa. A sobrecarga de demanda de serviços destes que se enfrentam estes ecossistemas supõe um objetivo tanto para garantir a sustentabilidade ambiental da zona, como para garantir umas mínimas condições de habitabilidade para todos seus cidadãos. A construção de um habitat sustentável implica trabalhar no acesso a água limpa, no saneamento básico, na gestão de resíduos, na saúde pública, nos hábitos de higiene, na ordenação territorial ou na boa governança. Fatores econômicos, sociais, culturais, ambientais e políticas confluem no conceito de hábitat” (III Plan Director 2009 – 2011, p. 150).

Seguindo o III Plano Diretor juntamente com a agenda da ONU-Habitat e a Rede de Cidades Criativas da UNESCO é possível participar e conhecer projetos mais criativos, saber como foram idealizados e desenvolvidos, quais foram os resultados. O objetivo é participar da sinergia de ações de grandes e pequenas cidades tanto em âmbito nacional como internacional.

Justificativa

A pesquisa entende o potencial do Brasil em termos de ações criativas na economia e principalmente entende que é preciso destacar as diferenças culturais do país, como apontou Florida (2010), quando compara a China com o Brasil, em termos de potencial dos países integrantes do Brics.

“O Brasil é capaz de fazer isso [atrair gente criativa]. Brasil, Índia e China são os três países competindo pela próxima dominância global. A China leva toda a atenção, mas os dois países que têm o “gene social” inovador e criador são Índia e Brasil. A grande vantagem do Brasil é essa grande sociedade multicultural e multirracial. A energia criativa do Brasil ainda não foi totalmente utilizada” (Florida, 2010, A13).

Seguindo a ideia de que a sociedade brasileira é multicultural e multirracial esta pesquisa esta focada e leva em consideração as características da cidade de Marechal Candido Rondon. A cidade de Marechal Candido Rondon está situada no Oeste do Paraná com uma população, segundo o Censo de 2010, de 46.799 habitantes. Uma cidade jovem, fundada em 1960 que vivia de uma economia principalmente agrária.

O crescimento natural da cidade leva a novas necessidades econômicas e sociais, principalmente de incluir a

população jovem em novas atividades que possam colaborar no desenvolvimento da cidade. O potencial criativo da população jovem nova demanda.

Acompanhando também a Secretaria da Economia Criativa do Governo Federal que possui políticas, diretrizes e ações que objetivam “ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável” sendo assim é papel da universidade e entidades preocupadas com o desenvolvimento das cidades em estar atento e colaborar com ações que possam contribuir com uma cidade mais criativa.

Objetivo

Esta pesquisa tem como objetivo principal aproximar a Universidade do Oeste do Paraná – UNIOESTE, especificamente o curso de Administração de Empresas do campi de Marechal Rondon de Rondon das discussões atuais sobre a temática Economia Criativa, bem como apresentar em âmbito nacional e internacional as ações desenvolvidas na cidade.

Os objetivos específicos são:

- Levantar as ações de Economia Criativa desenvolvidas na Cidade de Marechal Candido Rondon;
- Descrever e caracterizar as praticas de Economia Criativa na Cidade de Marechal Candido Rondon;
- Conhecer propostas desenvolvidas em termos internacionais de Economia Criativa;
- Apresentar em Congressos, simpósios e encontros as praticas de Economia Criativa desenvolvidas na cidade de Marechal Candido Rondon;
- Participar ativamente do grupo de investigação Cidades Criativas;
- Buscar ideias e possibilidades para a comunidade acadêmica da UNIOESTE colaborar no desenvolvimento de praticas de Economia Criativa.

Metodologia

Trata se de uma pesquisa participante onde o investigador realiza um estudo de caso exploratório e descritivo. Segundo Yin (2005) o Estudo de Caso é preferido quando: o tipo de questão de pesquisa é da forma “como” e por quê?; Quando o controle que o investigador tem sobre os eventos é muito reduzido; ou quando o foco temporal está em fenômenos contemporâneos dentro do contexto de vida real.

No caso dessa investigação o Estudo de Caso é a melhor maneira de entender um fenômeno social complexo, onde as características da cidade de Marechal Candido Rondon devem ser levadas em consideração. Basta considerar a principal pergunta que levou ao projeto para identificar e justificar a metodologia. A pergunta que levou a este estudado de caso é “Como uma cidade que cresce pode suprir demandas que são específicas a suas características?

Se optou pelo estudo de caso, que corresponde a uma técnica que exige rigor para evitar falsas evidencias ou generalizações. Assim, esta investigação seguirá rigorosamente as etapas aqui mencionadas e tomará cuidado esclarecendo as decisões que vier tomar, além de buscar ser transparente sobre como os resultados foram alcançados.

Para isso foi desenvolvido um designe para a pesquisa. Onde a investigação segue orientações de Yin (2005). Assim, estão definidas as unidades de análise, que são projetos criativos, precisamente na área de Economia Criativa. Com relação à lógica que liga os dados às proposições do estudo a investigação considera a necessidade da cidade em questão. E para não haver falha nos critérios para interpretar os achados da investigação usará o referencial teórico e categorias da Economia Criativa desenvolvida pelo grupo de investigação Cidades Criativas.

Ainda seguindo Yin (2005) sobre a preparação para a condução de um Estudo de Caso o investigador possui as principais exigências para conduzir o trabalho, ou seja, tem habilidades desejadas para extrair do caso as informações relevantes através de procedimentos fortemente baseados na percepção e na capacidade analítica, também tem conhecimento sobre os assunto, e como sustentação do trabalho fará um caderno de campo com o objetivo de documentar os dados coletados.

A investigação seguirá um protocolo que corresponde a um instrumento do Estudo de Caso, pois contém os procedimentos e as regras gerais que deverão ser seguidas. A função do protocolo é a de aumentar a confiabilidade da pesquisa ao servir como guia ao investigador ao longo das atividades do estudo. O protocolo desta investigação será composto das seguintes seções: visão geral do projeto; questões que refletem as necessidades da pesquisa; fontes de evidências; construir, ao longo do estudo, uma base de dados; formar uma cadeia de evidências e análise das evidências.

- 1 - Visão geral do projeto de Estudo de Caso: muitas informações sobre o “background” teórico que sustenta o estudo já estão na introdução desse projeto, valendo a pena destacar a teoria da Economia Criativa de Howkins (2012);
- 2 - Questões que refletem as necessidades da pesquisa: trata se de uma contribuição em buscar de uma metodologia para auxiliar pessoas interessantes em desenvolvimento de ideias criativas nas cidades;
- 3 - Fontes de evidências: o caderno de campo será usado para apontar observações pertinentes ao estudo; os projetos descritos com possíveis entrevistas com perguntas pré estipulada será usado para pontuar problemas nos projetos aplicados na cidade de Marechal Candido Rondon;
- 4 - Construir, ao longo do estudo, uma base de dados: os registros acontecerão através do caderno de campo, mas notas, documentos, tabulações e materiais produzidos também serão fontes úteis no momento da análise.
- 5 - Formar uma cadeia de evidências: construir uma cadeia de evidências consiste em configurar o estudo de caso de tal modo que se consiga levar o leitor a perceber a apresentação das evidências que legitimam o estudo desde as questões de pesquisa até as conclusões finais.
- 6 - Análise das evidências: A descrição caminha para uma avaliação qualitativa. Algumas observações colocadas nesse campo servirão de subsídios para criar novas questões da pesquisa.

Conclusão

As reflexões desta pesquisa estão organizadas em três grandes núcleos temáticos, que se entrecruzam e contem outras questões. Em primeiro lugar, está o ponto de partida do trabalho teórico e metodológico. Em qualquer caso, aludindo a posição de enfocar o contexto brasileiro, precisamente na Cidade de Marechal Candido Rondon.

Assim se mesclam duas perspectivas:

- A posição de observação participante, que leva em ocasiões a tomar decisões muito próximas a realidade brasileira, levando em consideração o interesse em uma comunidade já estruturada e em pleno desenvolvimento.
- A necessidade de compreender, os processos relacionados com a aquisição de múltiplas realidades sociais e econômicas. Por isso a decisão de utilizar a pesquisa de Campo, pois se trata de um instrumento que permite organizar reflexões sobre Economia Criativa.

O segundo núcleo temático se relaciona com o conceito de Economia Criativa. Se estabelece então relações entre os projetos já realizados na cidade de Marechal Candido Rondon, com novos projetos que podem surgir em detrimento das necessidades da comunidade.

Finalmente, o terceiro núcleo temático que está relacionada em conhecer as inovações criativas em diferentes cidades do mundo. Conhecendo as relações sociais que envolvem os cenários inovadores que os projetos propiciam. A ideia se refere, mais concretamente, em criar parâmetros que permita projetos brasileiros terem êxito, levando em consideração as necessidades das cidades.

Referencias

FLORIDA, R. Crise marca surgimento de um novo capitalismo. Entrevista Jornal Folha de São Paulo, 2010. Disponível em http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Folha_opt.pdf Acessado em 29/ 08/ 2012.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, 2011. Acessado em 28 /08/ 2012. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/categoria/politicas/economia-criativa-2/>

ONU – Habitat. Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos. Acessado em 30 /08 / 2012. Disponível em <http://www.onuhabitat.org/>

HOWKINS; J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin Books, London, 2001.

HOWKINS; J. The Creative Economy. Acessado em 29 / 08/ 2012. Disponível em <http://www.creativeconomy.com/index.htm>

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos; trad. Daniel Grassi. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Creative Cities Network. Acessado em 30 /08 /2012. Disponível em <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-industries/creative-cities-network>

LA CIUDAD SILENCIOSA Y SONORA

La música en la ciudad



LA OPERETA COMO UN GÉNERO DE CIUDAD: FUSIONES E INTERCAMBIOS EN EL BARÓN GITANO Y CABALLERO PÁSMÁN DE JOHANN STRAUSS

Alfonso Lombana Sánchez

Doctorando

Facultad de Filología. Universidad Complutense de Madrid. Ciudad Universitaria, 28040 Madrid (España) Tlf: + 34
913945399 Email: alfonsolombana@filol.ucm.es

Resumen

La prolífera actividad creativa que aconteció en la Viena finisecular en torno a 1900 es la consecuencia de la aparición de la ciudad moderna. En el caso concreto de Viena, el entorno urbano facilita el encuentro y actúa como centro de intercambio para la diversidad del Imperio Austrohúngaro. La ciudad es el escenario único e idóneo para el desarrollo de nuevos géneros y la potenciación de la creatividad. En este contexto, los artistas emprenden una revolución artística que sea capaz de atender a la demanda de un nuevo público exigente, que interpreta la actividad intelectual como

ocio. La opereta es una de las manifestaciones que más claramente aúna las tendencias citadas: Combina diferentes tradiciones teatrales, tiene una gran repercusión popular y no deja de servirse de un material de alto calado intelectual. Dos claros ejemplos de ello son las obras de Johann Strauß El Barón Gitano (*Der Zigeunerbaron*, 1885) y Caballero Pásmán (*Ritter Pásmán*, 1892), en las que ya se percibe el germen de la revolución artística que traerá consigo el primer tercio del siglo XX y la influencia de la modernidad en la ciudad.

Palabras clave

Opereta, Viena, Modernismo, Cultura, Ciudad, Creatividad

Abstract

Viennese culture around 1900 was naturally influenced by the increased levels of urbanisation occurring at the time. The city was a multicultural meeting point and exchange center in the Austro-Hungarian Empire. The city was the right place for the development of new genres and the influx in creativity. The artists developed new ways to interact with the new audiences, mainly to accommodate the shift into understanding intellectual work as pleasure. By combining different theatre-traditions, Operetta would be

a good example of a new art form, as it had dealt well with intellectual questions and pleased the audiences at the same time. Two pieces that represented this shift are *The Gipsy Baron* (*Zigeunerbaron*, 1885) and *Knight Pásmán* (*Ritter Pásmán*, 1892). These two pieces served not only for entertainment purposes, but also represent the culture and modernity of the city at the time

Key words

Operetta, Vienna, Modernity, Culture, City, Creatividad

Introducción

Aún resulta difícil defender que la Opereta supere en calidad a lo que su fama promulga negativamente de ella (Klotz, 2004, pág. 15). La Opereta es un género que debe entenderse como consecuencia del apogeo / nacimiento de las metrópolis. El fenómeno de la opereta en los núcleos urbanos centroeuropeos a finales del siglo XIX y a comienzos del XX es particular, pero no único, perfectamente transportable por ello a lo acontecido en otras ciudades europeas. En todos estos casos, hablamos de una pieza musical que fusiona todas las artes escénicas, extrayendo de cada una de ellas su cara más lúdica –de ahí que para algunos adolezca de superficialidad– permitiendo hacer de una obra de arte un objeto de entretenimiento. Es su finalidad lúdica sin embargo la condena a un encierro en el entorno cultural e histórico en el que nacen, se desenvuelven y donde pueden ser verdaderamente comprendidas.

Objetivos

Los dos objetivos principales de este artículo son: 1) Ilustrar a grandes rasgos el papel que jugó la opereta en Viena, núcleo urbano característico del Imperio Austrohúngaro; 2) Analizar dos obras centrales del teatro musical surgido en este contexto: *El Barón Gitano* (*Der Zigeunerbaron*, 1885) y *Caballero Pásmán* (*Ritter Pásmán*, 1892).

1. Aproximación al género de la opereta

El Imperio Austrohúngaro fue el Estado que surgió tras la conversión del Imperio Austriaco en una Monarquía Imperial Bicéfala, tal y como se estipuló en el Compromiso firmado en 1867. Viena es ya antes de esta unión el centro neurálgico del intercambio cultural de todo el Imperio Austriaco, cuyas fronteras abarcan una buena parte del este de Europa. Su condición de capital facilita que, en sintonía con el resto de las grandes metrópolis del continente, se convierta en un escenario casi con efecto magnético en el que confluyen las diferencias culturales de todo el Imperio. El espacio urbano se convierte en una esencia estimulante y potenciadora de una creatividad, ya de por sí incentivada por el intercambio multinacional.

Son múltiples las manifestaciones culturales que se testimonian de este florecimiento creativo. El perfil interdisciplinar de este periodo queda claramente expuesto por LeRider (1990) en las primeras páginas de su obra (pág. 19). Aunque no el único, sí que posiblemente la opereta sea la primera y más duradera expresión cultural conjunta de Austria-Hungría (Mátrai, 1976, pág. 35). En esta misma línea se encuentra la definición de Batta, para el que “[a]penas hay otro documento que refleje con mayor fidelidad la atmósfera de este tiempo, el estado anímico de los pueblos, los acontecimientos de la política del día a día, así como las modas, que el mundo reflejado en estas obras destinadas para el teatro musical y de entretenimiento” (Batta, 1992, pág. 7).¹

¹ Todas las traducciones son originales.

Analizar la Opereta ayuda a entender todo lo que pasará antes del cambio de siglo, por lo tanto, la temática se presenta como una alternativa más de presentar un cuadro de la situación interétnica y creativa del entorno urbano en 1900. La revolución finisecular es consecuencia de un proceso de cambio iniciado en años previos, que coincide con el apogeo y formación de las metrópolis. Es decir, la incipiente modernidad del siglo XX, deuda de una actividad que venía germinándose desde años antes, alabada tradicionalmente en escritores del modernismo literario, arquitectos, pintores, médicos, etc., es también constatable en la opereta.

1.1. ¿Qué es la opereta?

Si hubiera que clasificar teóricamente de la Opereta dentro de los géneros teatrales, lo correcto sería situarla como una fusión de la pieza teatral popular austriaca *Volksstück* y húngara *Népszínmű* (Batta, 1992, pág. 11). Ambos géneros gozan de gran éxito en el entorno urbano, de ahí la importancia de tener presente que “[l]a historia del nacimiento de la opereta vienesa esté estrechamente relacionada con el entorno urbano vienés o austrohúngaro, y que su reconstrucción científica deba tener en cuenta estas condiciones específicas de carácter socioeconómico y sociocultural” (Csáky, 1995, pág. 35).

El nacimiento de la Opereta ha sido interpretado por el profesor Moritz Csáky como un fenómeno paralelo a la expansión de la burguesía, crecimiento que llega en este momento a su momento estelar (Bled, 2002, pág. 232). El gusto democrático, socio-crítico y políticamente interesado de dicha clase social (Csáky, 1995, pág. 39) alabará los contenidos del género y, por lo tanto, servirá para potenciar su éxito. La entidad de la opereta como pieza teatral está así por entero ligada al gusto de una clase social en apogeo, es decir, en su motivación artística existe ya un deseo de satisfacción de un público muy determinado. La combinación de determinados elementos desde la creación de las obras permite a los autores predisponer unos escenarios, contextos, motivos, etc., que garantizan a priori el éxito de la obra. Y por este mismo motivo, hay que considerar a la opereta en una ciudad austrohúngara cualquiera, más en Viena, como un movimiento de masas.

1.2. Argumentos a favor de la opereta

Frente el desprecio hacia la Opereta y la mala fama que le preceden, se pueden esgrimir diversos argumentos². De especial relevancia es la desconfianza que despierta en muchos investigadores la popularidad que todavía levantan diversas obras. Esto ha causado estragos en el caso concreto de Johann Strauß, en donde por “la popularidad se ha desplazado sorprendentemente la problemática acerca de sus obras, la investigación metodológica y científica de sus composiciones, y la interpretación de las fuentes y de la música” (Hilma, 1995, pág. 18). Tal y como dice Adorno: “La falta de reflexión sobre la música ligera impide la comprensión de la relación entre los hoy en día rígidos espacios [de la música de entretenimiento y de la música seria]” (Adorno, 2003, pág. 199). A esta desconfianza ante lo popular, hay que sumarle la continua malinterpretación de un género difícil de comprender más allá de sus fronteras geográficas y temporales. Sin Austria-Hungría³, el riesgo de malinterpretarlas

2 Para una exposición detallada de diversos argumentos para esta desaparición cfr. Csáky (1995, pág. 29 y sig.)

3 El uso del término de ‘Austria-Hungría’ es de invención propia. Lo acuño para poder referirme al espacio temporal y local del Imperio Austrohúngaro (1867-1918) eludiendo una connotación estatal del mismo, sino dotándole de una connotación abstracta como marco de la producción cultural referida.

aumenta (Csáky, 1995, pág. 18) al perder las obras su significado y convertirse en objetos del pasado para apelar a la nostalgia (Csáky, 1998, pág. 292). Una reconstrucción rigurosa del entorno ayuda a ver a la Opereta como un conjunto de mismo rango que, por ejemplo, un producto literario (Csáky, 1998, pág. 28) y, a partir de ahí, siguiendo el mismo principio por el que se acude a manifestaciones populares en la literatura, el cine, etc., poder establecer su verdadero valor. Una comprensión de cualquier periodo, más aún cuando se trata de Austria-Hungría (Csáky, 1998, pág. 18) reclama un estudio minucioso de la llamada música de entretenimiento (*U-Musik*).

1.3. Opereta en Viena

Viena es un caso ejemplar de la constitución de un núcleo urbano en Austria-Hungría. En su mayoría, estas nuevas ciudades –Praga, Zagreb, Budapest, etc. – se convierten con una extrema rapidez en puntos intermedios, laboratorios de intercambio “en los que tuvieron lugar y se escenificaron procesos de gran relevancia incluso a día de hoy, en plena globalización de conexiones interculturales” (Csáky, 2010, pág. 364). La ciudad que surge en estos años es un lugar plagado de diferencias, de irregularidades, de alternativas. De ahí que la ciudad moderna y, por lo tanto, su creación sean entidades ‘ambivalentes’ (Bauman, 1991, pág. 13 y sig.) y tengamos que considerarlas como tales: “La época finisecular, pero sobretodo en Viena, es una manifestación contradictoria. Se trata de un periodo de tiempo que no se puede caracterizar desde una única perspectiva” (Nautz & Vahrenkamp, 1993, pág. 21)

Las ciudades de Austria-Hungría comparten rasgos de diversidad y pluralidad, pero también un mismo conjunto de códigos culturales que permite la movilidad entre ellas mismas. Dicha movilidad se puede constatar en la fácil recepción paralela de títulos en todas ellas. Así lo pone también de manifiesto la opereta, el género por excelencia capaz de atraer al público que se reúne en la ciudad (Csáky, 1995, pág. 39). La opción de Viena no es por lo tanto exclusiva, ya que todo cuanto se puede constatar en ella, es perfectamente posible de analizar en las otras grandes nuevas metrópolis. En contra del imaginario popular europeo, es importante remarcar que Viena no es una ciudad únicamente alemana, aunque esta sea la imagen que a veces se da de ella (Csáky, 2010, pág. 273). Viena se desarrolla a lo largo de toda la segunda mitad del siglo XIX como un imán (Marinelli-König & Pavlova, 1996) al que son atraídos diversos emigrantes de todos los confines de Austria-Hungría. Estos, tras un periodo de tiempo, terminan por afincarse en la ciudad y desarrollar comunidades propias. Así, no es difícil investigar en la Viena de 1900 las ‘minorías’ eslovenas, croatas, judías, etc.

El escenario plural y diverso no está lejos de muchas de las propuestas argumentales de la opereta, que reúne estas características de todo el imperio en una única pieza teatral, haciendo referencias musicales y argumentales a la realidad diversa del momento. Se puede decir que la opereta creó “una red de rasgos musicales y temáticos, no contribuyendo así únicamente a una aculturación musical, sino acercando a los espectadores el vecino desconocido, lo cual trajo consigo que lo extraño comenzara a ser conocido y descifrado hasta ser asimilado como una parte de la propia cultura” (Csáky, 1995, pág. 50), y, evidentemente, “los productores de opereta supieron servir de esta situación plural para aprovecharse de sus receptores” (pág. 51).

Lo primordial no es la veracidad de estos reflejos de la pluralidad, si estos tienen un empaque real o si están llenos de clichés (Csáky, 1995, pág. 52). Más bien resulta atractiva la confrontación directa que con su escenificación se persigue en el espectador. La Opereta es una manifestación cultural más de una amplia oferta que comparte las líneas generales de las otras artes, en continuo cambio en su momento. El periodo constitutivo de toda opereta pasa por tanto por una elaboración minuciosa de una trama argumental que nace en el libreto. Este es en

la opereta si cabe más importante que en otros géneros teatrales. La cercanía de la música garantiza la cercanía con el espectador, de modo que, sin perder el encanto del teatro musical, la confrontación personal es intensa, didáctica y a su vez divertida. La actividad intelectual es en todo el modernismo cultural una actividad de ocio, y precisamente por este motivo, la Opereta puede considerarse también como un vehículo de la modernidad y del modernismo (Csáky, 1995, pág. 43).

2. El Barón Gitano⁴

La Opereta *El Barón Gitano* fue compuesta por Johann Strauß (1825-1899) y estrenada en el Teatro an der Wien de Viena el año 1885. El texto de la obra es una reelaboración en alemán de la obra *El Barón gitano / Szaffi (A Cigánybáró / Szaffi, 1883)*⁵ del exitoso autor húngaro Mór Jókai (1825-1904). La adaptación en alemán corrió a cargo del polifacético autor, traductor y periodista de ascendencia húngara Ignác (Ignaz) Schnitzer (1839-1921). La trama argumental se sitúa en el Bánato, un escenario multiétnico de Austriahungría (Csáky, 1998, pág. 83), y narra historia de amores y enredos entre Barinkay, que se hace llamar Barón de los gitanos y Saffi, muchacha en principio gitana, de la que a lo largo de la historia se descubre que en realidad es descendiente del último pachá en suelo húngaro. Como satélite a esta historia, están los deseos de Zsupán para casar a su hija Arsena con un buen partido, los celos de esta, y el día a día del citado escenario multiétnico del Bánato. La Opereta es un paso adelante que renuncia al impulso anárquico de la *Offenbachiade*, que poco a poco se había ido introduciendo en el escenario de la opereta, y se despide festivamente de la frivolidad de obras previas como *El Murciélagos y Una noche en Venecia* (Klotz, 2004, pág. 37)

2.1. Vinculación temática con la ciudad de viena

Más allá de los múltiples guiños del argumento hacia la diversidad, posiblemente el principal atractivo de *El Barón Gitano* y lo que la vincula con la creciente metrópolis sea la labor del libretista Ignác Schnitzer. Es de gran relevancia que el libretista de la opereta sea un ejemplo característico de la fusión de nacionalidades de la metrópolis. De Schnitzer se ha escrito que “su actuación estaba envuelta del espíritu del Compromiso Austrohúngaro, representando un puente entre Austria y Hungría” (Batta, 1992, pág. 113). Y es precisamente por esta vinculación por lo que es necesario reparar brevemente en su biografía. Nace en Pest en 1839. Tras un intento fallido de estudiar medicina, se marcha a Viena en 1857 en donde trabaja como periodista. De esta primera etapa en Viena nacerá su amistad con Johann Strauß. Es precisamente el año del Compromiso, 1867, cuando se produce su vuelta a Pest y la fundación de, entre otros, el *Neuer Pester Journal*, un diario de corte vienés en la capital húngara. En 1881 vuelve a Viena, coincidiendo con el periodo en el que va a trabajar estrechamente con Strauß en *El Barón Gitano*. Sin embargo, su relación cultural binacional entre lo húngaro y lo alemán no se remite a una colaboración puntual como libretista o fundador de diarios. Es igualmente un importante traductor de las obras del húngaro János Petöfi al alemán (ÖAW, 1994, págs. 406, vol 10). La deuda de Schnitzer con Viena queda bien clara en las alusiones que hace Arsena en su canción: “Tan llena de alegría no hay otra ciudad, igual de fina, como Viena” (ZB,

4 Las citas de la obra (Strauß & Schnitzer, 1948) se abreviarán con ZB y el número de página.

5 En un primer momento, el título de la obra es Szaffi, pero a raíz del éxito, Jókai la adscribe a su catálogo como A Cigánybáró (Batta, 1992, pág. 112)

pág. 164), la ciudad “donde crece la vid y arde el amor (...) en donde todos los hombres comprenden la vida” (ZB, pág. 168).

2.2. Comentario de la obra

El papel determinante de Ignác Schnitzer para el desarrollo definitivo de la obra se corrobora en el proceso de desarrollo de la misma. Al parecer, Johann Strauß y Mór Jókai se conocieron en Budapest tras el estreno el 3 de febrero de 1883 de la opereta *La guerra divertida*, que el mismo Strauß dirigió con grandes ovaciones. Al término de la apoteósica velada, Strauß y Jókai tuvieron un breve encuentro en el que el escritor húngaro le remitió a Strauß una versión en alemán de la novela corta. De la favorable reacción de Strauß y de su interés en incorporar a Schnitzer al proyecto, sabemos por una carta de Adele Strauß, mujer de Johann, dirigida a Mór Jókai: “¡Estimado Maestro Jókai! Hemos estudiado con atención su manuscrito y mi marido me pide comunicarle que sus formas poéticas bien pueden fascinarle para una labor musical, pero que, para darle forma de ópera, le pide ponerse en contacto con el amigo Schnitzer, residente en Pest. Mucho depende del desarrollo que Schnitzer haga de sus excelentes ideas de base” (Citado de Batta, 1992, pág. 110). Según palabras de Schnitzer, al tanto desde el primer momento del proceso de redacción, Strauß “había encontrado la melodía ya desde el primer vistazo al texto” (Citado en Grun 1961: 140). De la brillantez de la música dio debida cuenta el crítico Eduard Hanslick al finalizar la representación: “Todo está sentido de forma real y natural, el sentimiento se reproduce mediante sencillos recursos y la caracterización no cae en ningún momento en lo extraño o feo” (Hanslick, 1888, pág. 95). Estamos pues ante una pieza de gran éxito, pero veamos con cierta atención por qué.

La concepción de la obra es ambivalente: no sabemos a ciencia cierta si la finalidad de ambos autores era la de componer una opereta o, más bien, una ópera. Aunque su estructura básica corresponde en cierto modo al *modus operandi* de la opereta, algunos autores han llamado la atención acerca de las fusiones entre ambos géneros. Entre ellos, András Batta (1992, pág. 112) o el propio Eduard Hanslick, para quien la evolución del segundo acto con el desenmascaramiento de la verdadera ascendencia de Saffi respondía más bien a un giro operístico (1888, pág. 95). Esto también se ve en los momentos de mayor lirismo, como el dúo entre Barinkay y la gitana Saffi al comienzo del segundo acto, cuya estructura guarda reminiscencias wagnerianas y cuya apariencia nos encontraremos en repetidas ocasiones posteriores, como por ejemplo en *El Caballero de la Rosa* de Richard Strauß: “Así, mirada sobre mirada, boca sobre boca, oh dicha y hora felices. Y brazo sobre brazo, íntima y cálidamente, ¡Qué dicha celestial! ¡Me atraviesa el pecho! ¡Mío, mío para siempre! ¡Es como un cuento, pero de verdad!” (ZB, pág. 126). Y Un cierto aire operístico guardan también los coros, por ejemplo el de los gitanos, que nos recuerda a *El Trovador* de Giuseppe Verdi: “Ah, el hierro cobra su forma: cazos, guadañas, arados, ¡ey! Forjad llaves, cuchillos, hoces, estribos, clavos, cerraduras!” (ZB, pág. 143) o al coro de marineros al comienzo de la opereta al estilo de *El Holandés Errante* de Richard Wagner: “Arriba y abajo, confíate al navío en un tembloroso camino” (ZB, pág. 14).

Pensase o no Strauß en la composición de una ópera o de opereta, o bien incluso en la creación de un género híbrido, fueron las alabanzas del Emperador al término de la misma de gran importancia. La función se estrenó el 24 de octubre del 85, justamente el día antes del cumpleaños de Strauß. Cuando acabó la función, el Emperador Franz Josef le felicitó calurosamente por la ‘ópera’, lo cual “fue un impulso no digno de subestimar que alimentó el deseo de representar una obra en la Ópera Imperial” (Mayer, 1998, pág. 190). Independientemente de la intención y del resultado obtenido, no tardaría en llegar una ópera.

2.3. Problemáticas puntuales y reflejo de la sociedad

El vino desempeña siempre un papel central en las operetas. Su proclamación como rey de los vinos en forma de Champagne o aquí como producto nacional húngaro, Tokay, es un punto de apoyo importante de la trama. El vino es, junto al amor, la solución para todos los problemas, tal y como promulga el Conde Homonay: “Qué sean siempre el amor y el vino la esencia de la vida” (ZB, pág. 162) y la presencia del vino está presente en la vida de todos los ciudadanos de Viena, ciudad que “está llena de ganas de canato, mujeres y vino” (ZB, pág. 165). La ebriedad y el olvido son recursos lícitos para sobrellevar el día a día. Así lo formulaba por primera vez Alfred en *El Murciélago*: “Feliz es aquel que olvida lo que no se puede cambiar” (Strauß & Genée, 1875, pág. 43). El buen humor y el tono positivo guarda igualmente una estrecha relación con el público. Acerca del humor apunta Mayer que “[p]ara Offenbach, la opereta es irónica y frívola, un guiño continuo con el espectador, una crítica social divertida. *El Barón gitano* es un retrato desdibujado de la vida real burguesa, caracterizado sin ironía” (1998, pág. 195).

Pero pasemos a ver los rasgos generales de los personajes y su vinculación con la realidad. Barinkay es un ciudadano del mundo, ¿quizás las raíces gitanas?: “Como espíritu libre, aunque huérfano desde pronto, he recorrido el mundo” (ZB, pág. 21) Su naturalidad le impide soportar las cursilerías del pretendiente de Arsena, Ottokar: “una falsedad sin igual” (ZB, pág. 71). Barinkay es libre, no está sujeto a las exigencias de la apariencia social. Sin embargo, es fiel a la tradición. A pesar de la alegría desatada cuando se proclama que el voivoda ha vuelto, le cuesta comprender la acogida, “[a]penas puedo entenderlo” (ZB, pág. 82), pero pronto se declara por su ascendencia uno de ellos: “Yo soy su voivoda, soy su Barón y mío es el trono de los gitanos” (ZB, pág. 91), y es precisamente el respeto a las tradiciones lo que le hace aceptar sin dudar su cargo como Barón de los gitanos y, precisamente por él mismo, lo que le obliga a partir en busca de honor para poder ser digno de Saffi, desenmascarada como la hija del último Pachá. Así, en un arripe heroico afirma: “Porque te amo, debo abandonarte” (ZB, pág. 181) con el deseo de poder ser Húsar (ZB, pág. 187), aunque no sin antes, en un típico guiño de opereta, sin beber un vaso de vino: “Así pues, húsar quiero ser. Acercadme el vino, servidme” (ZB, pág. 187).

El escritor Mór Jókai estudió la vida de los Gitanos y se interesó por sus costumbres. No es Saffi su única obra al respecto, pero sí es una obra surgida en un periodo de buenas relaciones austrohúngaras (Batta, 1992, pág. 106). Los gitanos están en el centro de la obra, pero su presencia está aquí ciertamente algo idealizada. Sin embargo, la temática es tratada con mucha menos dedicación de lo que en realidad se ocupa Jókai en su obra. Schnitzer es perfectamente consciente del posible escaso interés por parte de los espectadores, de modo que la problemática queda reducida a unas líneas generales. La presencia de los gitanos se reduce a la de personajes cosmopolitas, unidos y conflictivos, cuya imagen aquí expuesta se completa con un retrato más bien positiva, tal y como se escucha de boca de Saffi, que hace curiosamente propaganda de una stirpe a la que en realidad no pertenece: “Tan miserable y fiel no los es nadie en la tierra como los gitanos (...) Dale la mano, confía en el gitano, y donde él aparezca, ¡hey! ahí lo tendrás como amigo” (ZB, pág. 61 y sig.). La labor de investigación de Jókai es transformada en un recurso de entretenimiento, de ahí que sería inadecuado intentar extraer una imagen del papel de los gitanos en el entorno urbano vienés. Por lo tanto, la reducción a entidad enlazada, en cierta manera, con el pueblo húngaro parece ser un aspecto suficiente como para mantener la acción dramática.

Para Volker Klotz, cuyo rechazo a la obra apunté al comienzo del artículo, la obra es un título para satisfacer a los húngaros (2004, pág. 39). Ciertamente podría verse en ello un argumento coherente, dado el momento en el que surge, pero en tal caso quedaría completamente excluida la actividad llevada a cabo por Strauß y Schnitzer

en colaboración. Una defensa nacionalista de los húngaros ni hubiera tenido a los gitanos en primer lugar, ni hubiera conseguido que “el colorido de lo húngaro no sea en ningún momento penetrante o edulcorado” (Zöchling, 1980). La ciudad de Viena era lo suficientemente cosmopolita y estaba lo suficientemente confrontada con la realidad plural como para saber disfrutar y elogiar una obra única, de esta envergadura.

2.4. Recepción de la obra

Acerca del éxito que efectivamente cosechó la noche del estreno, el propio Schnitzer comenta que “un uniforme delirio de fascinación reinó durante toda la velada” (Schnitzer en Grun 1961: 231), a pesar de las dudas y nervios que al parecer se habían apoderado de Strauß. La Prensa habló de un triunfo creciente de acto en acto (Grun, 1961, pág. 232). Igualmente fueron buenas las palabras de Hanslick (Hanslick, 1888, pág. 95) y de ello da fe la buena salud de la que todavía goza en nuestros días esta obra.

Volker Klotz atisba con su crítica parte del mérito de la obra: “¿Sátira, desenmascaramiento crítico o música de entretenimiento? Es demasiado ambivalente como para definirse por una de las tres, ya que lo que por un lado es la apariencia, por el otro se contradice en el minucioso trabajo de la composición. Brüchig (2004, pág. 41). La obra deja muchas puertas abiertas a defensores y detractores. Importante es que posiblemente se trate de la única opereta austrohúngara (Batta, 1992, pág. 9), eso si finalmente nos decantamos por decir que *Caballero Pásmán* es una ópera, y no una opereta.

3. El Caballero Pásmán⁶

La ópera (?) *Caballero Pásmán* fue compuesta por Johann Strauß y estrenada en la Ópera Imperial de Viena el año 1892. El texto de la obra es una reelaboración en alemán a partir de *Caballero Pásmán (Pásmán Lovag, 1856)* del escritor húngaro János Arany (1817-1882). La dramatización corrió a cargo del escritor de ascendencia húngara y asentado en este momento en Viena, Lajos (Ludwig) Dóczy (1845-1918). El libreto explota hasta el último verso de la breve balada original y hace de ella una ópera que, interpretada en su totalidad, bien abarcaría las cuatro horas largas de música y de acción. El argumento es sencillamente resumible: Eva, la hija del *Caballero Pásmán*, es seducida por un extraño huésped de la corte, que en realidad resultará ser el Rey de Hungría. Un beso equivocado –Eva besa al huésped creyendo que es su marido– desencadena un arrepentimiento en Eva de tal magnitud que el sospechoso termina por confesarle que en realidad es el Rey de Hungría, y este, a modo de disculpa, la besa en la frente pidiéndole perdón por su tono altanero. Sin embargo, llega a oídos de Pásmán que el caballero habría besado a su mujer –no sabe en dónde–, así que se marcha despavorido a la corte en busca del burlador. En una escena de gran ternura, la reina y por lo tanto mujer del pillo rey, deshace la tensión de la situación besando a Pásmán con el beso de la misericordia, lo que propicia un canto final de alabanza a la reina.

3.1. Vinculación con la temática en la ciudad de Viena

La trama argumental no guarda en sí mayores complicaciones, sino que es más bien la selección de detalles y la presentación de determinadas escenas lo que dan valor a un libro de gran categoría e incipiente modernidad.

6 Las citas de la obra (Strauß & Dóczy, 1892) se abreviarán con RP y el número de página.

La historia fue constituida por Lajos Dóczi, nacido en Deutschkreutz, en Burgenland. Tras un periodo de estudios en Pest, se traslada posteriormente a Viena. Trabaja en un primer momento como reportero de juzgados y estenógrafo de Gyula Andrásy, de quien finalmente se convertirá en su secretario y colaborador. Por lo tanto, durante los años que está en activo convalida la política con su labor artística (ÖAW, 1994, págs. 190, vol 1). Dóczi es un autor con un cierto perfil político, ‘oficial’, tal y como lo demuestran sus representaciones teatrales (sólo o primordialmente) en el Teatro Nacional de Hungría (Nemzeti Színház) y en el Burgtheater de Viena. En 1874 presenta en Hungría con gran éxito *El beso* (Székely, 2001, pág. 23). En sus obras tematiza en tanto que autor neorromántico con la historia, e introduce en ellas rasgos del drama social contemporáneo, problemática judía, etc. (Székely, 2001, pág. 33). De sus amistades se sabe que conoció y se relacionó con Arthur Schnitzler, fue el libretista de la ópera *Merlin* de Karóly Goldmark y asumió la traducción de múltiples obras de la literatura alemana de, entre otros, Schiller y Goethe (Csáky, 2010, pág. 300).

El libreto que Dóczi le presenta a Strauß es sencillamente una mezcla de estas características citadas. La fuente es una obra de un escritor, János Arány, considerado por la crítica literaria como uno de los grandes renovadores de la poesía en lengua húngara (Szilágyi & Vadera, 2010, pág. 464). La ubicación histórica tiene su atractivo, ya que la figura elegida, Karóly I Robert Anjou⁷, es la de un monarca del pasado glorioso, y el lenguaje del que hace gala Dóczi corresponde al lirismo romántico con un toque de modernismo. Dóczi supo valorar el talento de su compositor, para el que solo guarda buenas palabras. De él alaba su “convencimiento artístico, brillantez, originalidad, elegancia”, pero sobre todo que nunca le abandonara “el sacro respeto hacia todo cuando era imperial y monárquico” (Dóczi, 1909). Parte de esa herencia de Austria-Hungría queda claramente expuesta en el ballet del tercer acto de la obra. Únicamente esta parte se podría caracterizar como presentación enciclopédica de la diversidad de Austria-Hungría, no solo por las múltiples referencias de piezas populares de cada nacionalidad (Polka, Vals, Csárdás, etc.), sino por la excelente armonización de todas ellas en su conjunto. El trabajo estaba destinado para la Ópera Imperial, y así queda claro en este ballet, que es el reflejo musical de todos los ciudadanos de Austria-Hungría.

3.2. Comentarios

Caballero Pásmán puede definirse como una obra moderna. Quizá por ello, uno de sus principales problemas sea su dificultad interpretativa y de escucha debido a la enorme fusión y ambivalencia que presenta. La escasa difusión que goza en nuestros días, nos obliga a contemplar su perfección en el papel. Algo de eso apuntó por cierto Eduard Hanslick en su reseña: “El texto de Dóczi se lee agradablemente” (Hanslick, 1896, pág. 19), además de intuir la capacidad camaleónica del compositor en un nuevo estilo, de quien alaba que “ha sabido introducirse en este nuevo estilo y línea para él con sorprendente habilidad” (Hanslick, 1896, pág. 19).

La reproducción exacta del contenido es una tarea difícil. En primer lugar, por ser una obra tan repleta de ambivalencias, como por ejemplo el aria de Eva, en donde se demuestran los contrastes y cargas de conciencia. No sabemos hasta qué punto su sentimiento de culpabilidad, curiosidad, y si esta es además la finalidad de los auto-

7 El reinado del Rey de Hungría Karoly I Robert Anjou es considerado como un periodo de estabilidad, evolución económica y contactos con el exterior (Kubinyi, 2010, pág. 175 y sig.). Así mismo, su formación es italiana, tal y como refiere Dóczi en el brindis. A su favor, es importante apuntar que su política promulgó el acercamiento a la corte húngara de diferentes comerciantes, lo cual potenció un florecimiento cultural (Fischer, 1999, pág. 41).

res: antes de saber que es el Rey quien la besó, se siente culpable “pura era como la nieve fresca cuando me fui a la cama, sin vuelta atrás has manchado gravemente mi rostro” (RP, pág.117), pero una vez descubre quién es, los sentimientos cambian levemente: “¡Qué especial es la vida, el Rey de Hungría me ha besado!” (RP, pág. 184).

En segundo lugar, el estilo operístico reluce mediante escenas de gran lirismo poético como una metáfora de las épocas del año acerca del estado de ánimo de Pásmán cuando se siente traicionado por su mujer: “Tú, hermosa mujer que me fascinas, me has destrozado el otoño como una tormenta de verano” (RP, pág. 169) o el homenaje al Fausto de Goethe en una escena en la que Eva nos recuerda a Margarita: Eva se sorprende al ver las joyas y duda si ponérselas o no. Una vez lo hace, estalla de alegría: “Debería de avergonzarme de coger las joyas, pero he de confesarlo, soy bella, soy bella” (RP, pág. 44), alegría que de inmediato será oprimida por su arrepentimiento: “Es una vergüenza, es un pecado, cielo protégeme” (RP, pág. 44). En línea operística se puede leer también el reproche de Pásmán a Eva: “Infel mujer, te maldigo” (RP, pág.171). Sin embargo, estas escenas tienen contrapuntos propios de otros géneros. Por ejemplo, inmediatamente de este reproche de Pásmán, nos encontramos con una reflexión del criado Mischu, que vuelve a culpar al vino como desencadenante de todo: “Así se va el vino de repente, sin hacer ruido” (RP, pág. 172), algo que ya habíamos vivido en *El Murciélago*: “El champán tiene la culpa de lo que tuvimos que aguantar hoy” (Strauß & Genée, 1875, pág. 167). Este giro deshace la tensión y vuelve a desorganizar el sentido dramático lógico, ¿clásico?, de la obra.

Y, en tercer lugar, nos encontramos con la difícil clasificación de la obra en un contexto de géneros tradicional. ¿Se trata en verdad de una ‘ópera cómica’ al uso, tal y como lo leemos en el libreto? A pesar de no tener diálogo, ¿es una ópera? Podemos decir que nos encontramos con un prototipo de un género híbrido. Dóczi alaba la „riqueza de invención y gracia de la que bien podrían disfrutar una veintena de compositores modernos” (Dóczi, 1909). Y moderna es también en sí la evolución dramática: un primer acto confuso se desarrolla en un segundo acto eminentemente operístico, con excepción de los últimos compases del mismo, en donde el giro permite una evolución el tercero, que apunta en su composición más en la dirección de las comedias de enredo, a pesar de un final apoteósico de medidas wagnerianas.

A Strauß le pudo la alegría de ver su obra interpretada en la Ópera Imperial, de ahí que la emoción de ver un sueño cumplido estuviera presente durante toda la velada: “Su corazón, su honor pendían de la ópera, del ideal de haber creado una pieza teatral en su lenguaje musical. De aquello esperaba su inmortalidad” (Dóczi, 1909).

3.3. Problemáticas puntuales

El reproche de Mischu citado con anterioridad recuerda en efecto a las raíces de la opereta. En este caso, el vino vuelve a estar en el centro de la acción. Gracias a él, los problemas se olvidan y la realidad se observa con otros ojos. En un momento, Strauß y Dóczi nos dedican un brindis en el que loan nuevamente sus virtudes. Y este momento de exposición internacional de vinos –se citan cuatro países distintos– una ocasión ideal para resaltar la propia identidad. El vino de Italia es el idóneo para el teatro: “Quieres ser un buen juglar, bebe pues vino italiano” (RP, pág.91); El francés para el chiste: “Quieres ser peligroso para las mujeres, bebe pues vino francés” (RP, pág.93); El alemán para la sabiduría “Quieres ser un estudioso, bebe pues vino alemán” (RP, pág. 95); Y el húngaro, en boca de Pásmán, el ideal para el heroísmo: “Sí, quieres ser un héroe de verdad, bebe pues vino húngaro” (RP, pág.97).

Caballero Pásmán presenta una imagen muy estilizada de la sociedad de comienzos del siglo XIV, que es no casualmente compatible con lo que se podía constatar en la Viena del momento. Sin embargo, el tono eufórico hacia la ciudad de Viena se ve aquí algo menguado. Así, la obra se teje entre la tensión de los dos protagonistas principales y de sus mundos opuestos: el Rey y su Corte (equivalente a la ciudad) y las posesiones de Pásmán, alejadas de ella (y del entorno urbano por tanto). El caballero Pásmán es un burgués de clase alta de Austria-Hungría, pero ajeno al día a día de la ciudad. Sus características son pues la combinación de ser húngaro, noble, justo, huidizo de las apariencias, amigo de la verdad y, sobre todo, hombre libre: “Aquí no valen las danzoteos y gesticulaciones, aquí se anda y se habla del derecho, sin payasadas, tal y como te crecieron las piernas y el pico, pues un señor húngaro adora a Dios y la libertad” (RP, pág. 34). Es además fiel al Rey, tal y como lo proclama en el primer brindis: “¡Déjanos alzar el primer vaso, qué viva el rey!” (RP, pág. 72) y es libre, incluso más que el propio Rey, sobre el que pesa el cruel mandato: “¡Eres Rey, serás grande!” (RP, pág. 41). Pero de especial realce es, principalmente, que Pásmán es también feliz. De esto nos damos cuenta cuando lamenta la pérdida de Eva, que cree que le ha sido infiel. En este momento, Pásmán no lamenta la pérdida del honor, sino la pérdida de la felicidad: “Extintas son para mí la dicha y la calma” (RP, pág. 167). Esta libertad y felicidad las envidia el Rey: “Menudo es, no duda en sí mismo. Yo, pobre Rey, apenas podría con mis poderes de la corona comportarme como él lo hace (...) el hombre es libre y está en casa. Puede según le plazca beber, besar (...) Libertad y juventud, dicha y amor, adiós” (RP, pág. 39 y sig.). Mas para Pásmán no hay tarjetas de visita, él es como es, no le hace falta más: “Y cómo me llamo, eso da igual” (RP, pág. 36). La necesidad de definición del sujeto tiene una estricta relación con el entorno urbano, en donde solamente parece encontrar libertad, como si de un apátrida se tratara, aquél que pierde su personalidad. El rey sabe su nombre propio, cuál es su función, pero no exactamente quién es de verdad. Esta reflexión es de gran trascendencia, ya que se corresponde a una referencia acerca de la crisis de identidad de la modernidad. Según Georg Simmel (1995), la ciudad provee de un espacio en el que se confronta la “unicidad cualitativa e inintercambiabilidad” (pág. 131) y la „lucha por la determinación del papel del sujeto” (pág. 131), de donde se resuelve un perfil social concreto. De este conflicto queda automáticamente excluido Pásmán al llevar una existencia al margen de la ciudad, pero no el Rey, más unido a esta “lucha por el ser humano” (Simmel, 1995, pág. 128) a causa de su cargo social. Al final del primer acto, el Rey propone un cambio de gorros que Pásmán no entiende. Este gesto lo explica todo: El Rey sí quisiera ser Pásmán, pero Pásmán no el rey.

La obra expone también un retrato detallado de la mujer moderna. Eva y la Reina tienen muchos rasgos de mujer moderna. Eva dice algo que repetirá la Mariscala de *El Caballero de la Rosa* de Richard Strauss: “Disfruta lo dulce, rápidamente se pasa el tiempo dorado” (RP, pág. 135), y en ella se tematizan los pensamientos de fugacidad de la vida: “Renuncia, piensa en el día futuro, la dicha solo se mantendrá hoy” (RP, pág. 135), “¡Oh fruto dorado, susúrranos eternamente!” (RP, pág. 138). En ella, además, amor y libertad van de la mano, además de en sintonía con las leyes: “[Pásmán] me ha cortejado según el uso de la tradición, me ama de corazón, y yo lo amo también” (RP, pág. 49). Por el contrario, la Reina parece amar también al Rey y creer la palabrería de su marido cuando este le declara: “Desde que te vi eres mi único amor eterno, mi única mujer” (RP, pág. 186), a lo que la Reina responde con una respuesta no menos ambivalente: “El amor pertenece a tu mujer” (RP, pág. 188). En la obra, la Reina es al final la más importante, más incluso que el Rey. Este guiño se dirige a la mujer del modernismo y su tematización la veremos repetida en la literatura, la pintura, escultura. Aquí se resalta con una aparición *Deus ex machina* al final del tercer acto, nuevamente con un final propio de opereta, aunque de intensidad wagneriana: “¡A veces se besa fuerte, otras suave, se besa la mano, el hombro, se besa el ojo, la frente, la boca... mas el beso más hermoso por doquier es el beso de la misericordia!” (RP, pág. 246)

3.4. Recepción

Eduard Hanslick, referido en su momento para comentar *El Barón Gitano*, no tiene buenas palabras para una ópera que no le agrada a causa del, según él, “desafortunado libreto” de Dóczy (Hanslick, 1896, pág. 16) que mermó “sin lugar a dudas la fuerza creadora del compositor, en vez de darle alas” (Hanslick, 1896, pág. 19). Es complicado atribuir toda la culpa al libretista que, tal y como vimos por referencias anteriores, admiraba a Strauß y trabajó con él mano a mano en la composición. Así mismo, Strauß supo a qué libreto se enfrentaba, tal y como lo demuestran las soluciones musicales que propuso para cada momento. Por este motivo, resulta desmedido el reproche de Hanslick acusando a Dóczy de desconocer a su compositor: “Todo cuanto necesita Strauß para ser fiel a sí mismo y lo que cualquier admirador deseará es un material alegre, situaciones divertidas, figuras cómicas” (Hanslick, 1896, pág. 18). En realidad, este intento de defensa de Strauß puede darse la vuelta y, con una perspectiva actual, utilizarse para desmerecer la actividad artística del compositor. Además, un reproche así resulta injustificado si observamos la construcción del tercer acto. La disposición escénica de un gran baile, cuya cabida dentro de la trama es auténticamente injustificada, pareció ser un deseo expreso de ambos. Esta gran escena musical vincula la trayectoria musical del compositor con esta nueva aventura teatral. El baile no es aquí un recurso prototípico, sino una declaración de intenciones. Como se dijo anteriormente, un regalo a la diversidad de Austria-Hungría. De este guiño claro de Strauß a su público fiel, Hanslick sólo supo extraer la superficialidad del gesto, aunque también su valía: “La música del ballet del tercer acto es la alegría brillante de esta partitura. No podría hacerlo ningún otro compositor que no fuera Johann Strauß (1896, pág. 20).

Lo tradicional satisfizo el gusto del crítico, no tanto lo nuevo, reflejado de forma ambivalente y diversa, tal y como lo promulga el discurso de la modernidad. Efectivamente, el éxito no pareció corresponder a lo previsto por Strauß, o por lo menos ante lo esperado ante una autoría de tal renombre. *Caballero Pásmán* gozó solo de nueve representaciones, aunque visitara por la fama del arista Berlín, Hamburgo y Praga (Grun, 1961, pág. 302). Los motivos acerca de la mala recepción son variados. A Strauß pareció no gustarle la dirección musical (Mayer, 1998, pág. 208), mientras que a Dóczy le molestó la labor del escenógrafo Wilhelm Jahn, que además, por envidia por el éxito de la obra en la ópera de Praga, habría podido intervenir para retirarla del repertorio (Dóczy, 1909). A pesar de todo, la principal razón puede achacarse a una partitura casi imposible de interpretar dada la exigencia musical y vocal que demanda a los intérpretes. Así mismo, sí es posible que el gusto respondiera al público de la ciudad, aunque de un modo lo suficientemente serio y ambivalente, moderno, como para que muchos guiños, no potenciados por un buen montaje, pudieran pasar desapercibidos.

A pesar de su modernidad, Richard Wagner es famoso y ‘canónico’ no solo por su calidad, sino también gracias a la investigación sobre su obra y una tradición interpretativa extensa que no tiene *Caballero Pásmán*. Algo más por el contrario *El Barón Gitano*, posiblemente en su totalidad *El Murciélago*, no casualmente las obras más famosas del compositor. A pesar de su fama, Strauß es efectivamente todavía un gran desconocido (Hilma, 1995)

Conclusiones

En los últimos años del siglo XIX, la ciudad de Viena experimentó un cambio importante en su estructura, de forma paralela a otras metrópolis europeas y a la cabeza de Austria-Hungría. Las dos obras presentadas son una consecuencia inmediata de este contexto urbano. La temática, pero principalmente la finalidad comunicativa que

con ellas persiguen los autores responde a una clara dedicatoria. Son obras que nacen pendientes del público en concreto que las escuchará: ciudadanos austrohúngaros, que son plurilingües, internacionales, ciudadanos y modernos. El esfuerzo de una correcta contextualización es imprescindible para apreciarlas como objeto de investigación y evitar caer en interpretaciones en exceso desatinadas.

El perfil de *El Barón Gitano* y *Caballero Pásmán* es auténticamente austrohúngaro. Su innegable vinculación con la ciudad viene de la mano de dos libretistas, cuya procedencia es la misma que la de sus receptores: tienen una mentalidad internacional, trabajan influenciados por su entorno y escriben para la ciudad de Viena. Strauß es la imprescindible guinda que corona esta conjunción de obras que, de forma lúdica y distendida, presentan una imagen rigurosa del espíritu de la época.

Sendas obras son originales y novedosas por su constitución. La ciudad actúa positivamente en los autores influyendo una potenciación de la creatividad que, consecuencia de intercambios culturales de una creciente movilidad, incentivan el cruce de temáticas, la fusión de géneros y, en definitiva, el desarrollo de la modernidad y del modernismo. El efecto magnético de Viena permite la fusión de la diferencia en obras aglutinantes, en las que su perfil híbrido permite la variedad, sin contradecir el formato.

Una representación rigurosa de la actividad artística en torno a la opereta es una justificación para intentar cambiar determinados juicios acerca de la calidad del género. Una investigación sobre Johann Strauß puede aportar tantas luces sobre el periodo finisecular como lo han hecho hasta ahora las reflexiones acerca de las otras artes. Esta invitación no se reduce al caso concreto de Johann Strauß o de Viena en concreto, donde la presencia de compositores de opereta es interminable: Carl Millöcker, Richard Heuberger, Ferenc (Franz) Léhar, Imre (Emmerich) Kálmán, etc. La lista se puede extender en un primer lugar a todas las metrópolis de Austria-Hungría o, más allá de sus fronteras, hasta llegar a la Operette de Francia, en donde el trabajo sí que está más avanzado, o a la zarzuela de España, en donde la laguna es todavía imperdonable.

Referencias

- Adorno, T. (2003). Leichte Musik. En T. Adorno, & R. Tiedmann (Ed.), *Dissonanzen. Einleitung in die Musiksoziologie* (págs. 199-219). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Batta, A. (1992). *Träume sind Schäume. Die Operette in der Donaumonarchie*. (M. Esenreich, Trad.) Budapest: Corvina.
- Bauman, Z. (1991). *Modernity and ambivalence*. Cornell University Press. New York: Ithaca.
- Bled, J. P. (2002). *Wien. Residenz, Metropole, Hauptstadt*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Csáky, M. (1995). Der soziale und kulturelle Kontext der Wiener Operette. En L. Finscher, & A. Riethmüller, *Johann Strauß zwischen Kunstanspruch und Volksvergnügen*. (págs. 28-65). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Csáky, M. (1998). *Ideologie der Operette und Wiener Moderne*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Csáky, M. (2010). *Das Gedächtnis der Städte. Kulturelle Verflechtungen - Wien und die urbanen Milieus in Zentraleuropa*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Dóczi, L. (6 de Junio de 1909). Erinnerung an Johann Strauß. *Neuer Pester Journal*(133).
- Fischer, H. (1999). *Eine kleine Geschichte Ungarns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Grun, B. (1961). *Kulturgeschichte der Operette*. München: Alberg Langen.

- Hanslick, E. (1888). Der Zigeunerbaron. En E. Hanslick, Musikalisches Skizzenbuch. Neue Kritiken und Schilderungen (págs. 92-99). Berlin: Allgemeiner Verein für deutsche Literatur.
- Hanslick, E. (1896). Ritter Pásmán. En E. Hanslick, Fünf Jahre Musik (págs. 15-21). Berlin: Allgemeiner Verein für Deutsche Literatur.
- Hilma, E. (1995). Die Strauß-Forschung - Existenz oder Nichtexistenz. En L. Finscher, & A. Riethmüller, Johann Strauß. Zwischen Kunstanpruch und Volksvergnügen. (págs. 18-27). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Klotz, V. (2004). Operette. Porträt und Handbuch einer unerhörten Kunst. Erweiterte und aktualisierte Auflage. Kassel: Bärenreiter.
- Kubinyi, A. (2010). A középkori Magyar Királyság. A vegyes házi királyok kora (1301-1526). En I. Romsics, Magyarország története (págs. 170-306). Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Le Rider, J. (1990). Modernité viennoise et crises de l'identité. Paris: Preses Universitaires de France.
- Marinelli-König, G., & Pavlova, N. (1996). Wien als Magnet? Schriftsteller aus Ost-, Ostmittel- und Südosteuropa über die Stadt. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Mátrai, L. (1976). Alapját vesztett felépitmény. Budapest.
- Mayer, A. (1998). Johann Strauß. Ein Pop-Idol des 19. Jahrhunderts. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Nautz, J., & Vahrenkamp, R. (1993). Einleitung. En J. Nautz, & R. Vahrenkamp, Die Wiener Jahrhundertwende. Einflüsse, Umwelt, Wirkungen (págs. 21-48). Wien, Köln, Graz: Böhlau.
- ÖAW. (1994). Österreichisches Bibliographisches Lexikon 1815-1959. Graz, Köln: Böhlau.
- Simmel, G. (1995). Die Großstädte und das Geistesleben. En G. Simmel, R. R. Kramme, & O. Rammstedt (Edits.), Georg Simmel Aufsätze und Abhandlungen 1901-1908 (págs. 116-131). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Strauß, J., & Dóczy, L. (1892). Ritter Pásmán. Komische Oper in 3 Acten. Berlin: Simrok.
- Strauß, J., & Genée, R. (1875). Die Fledermaus. Leipzig: Cranz.
- Strauß, J., & Schnitzer, I. (1948). Der Zigeunerbaron. Komische Oper in drei Akten. Mainz: Cranz.
- Székely, G. (2001). A Nemzeti Színház. En T. Gajdó, Magyar Színháztörténet (págs. 19-53). Budapest: Magyar Könyvklub.
- Szilágyi, M., & Vaderna, G. (2010). Az irodalom rendi intézményvndszerétől a polgári intézményekig (Kb. 1830-tól kb.1905-ig. En T. Gintli, Magyar Irodalom (págs. 429-629). Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Zöchling, D. (1980) Niemand zieht gern in den Krieg. Programm Heft. Wiener Staatsoper, Wien.

PAISAJE SONORO: UN PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DESCONOCIDO

Manuel Sánchez Cid

Profesor Contratado Doctor

Facultad. de Ciencias de la Comunicación. Universidad Rey Juan Carlos. Camino del Molino s/n – Fuenlabrada - Madrid

(España) 28943 Tlfn: 00 34 91 488 8697

Email: manuel.cid@urjc.es

Basilio Pueo

Profesor de Comunicación Audiovisual

Dpto. Comunicación Audiovisual y Psicología Social. Universidad de Alicante (UA). Carretera de San Vicente del Raspeig, s/n

– San Vicente del Raspeig - Alicante (España)03690 Tlfn: 00 34 96 590 98 84

Email: basilio@ua.es

M^a Ángeles San Martín Pascal

Profesora Titular Interina de Universidad

Facultad. de Ciencias de la Comunicación. Universidad Rey Juan Carlos. Camino del Molino s/n – Fuenlabrada - Madrid

(España) 28943 Tlfn: 00 34 91 488 8697

Email: mariaangeles.sanmartin@urjc.es

Resumen

Toda población genera su propio mapa sonoro junto a un mapa acústico variable. Cada mapa sonoro se compone de diferentes paisajes sonoros, que gracias a sus sonidos característicos tienden a definir la identidad social y cultural de toda localidad.

El efecto de la industrialización en las medianas y grandes poblaciones homogeneiza la identidad sonora tendiendo a neutralizar de forma progresiva los sonidos tradicionales de los espacios cotidianos y de la propia cultura sonora autóctona. Por ello, cabe preguntarse si actualmente quedan rasgos sonoros capaces de definir la identidad cultural de nuestras poblaciones.

Pero la importancia del tema no reside únicamente en la transformación de la identidad sonora de nuestro entorno, sino en el derecho que todo ciudadano tiene a disfrutar de una sostenibilidad ambiental sonora que

permita espacios pensados para una mayor comodidad de sus habitantes. Por eso, la realidad actual nos lleva a plantearnos cuestiones como: ¿Está sufriendo una degradación irrecuperable nuestra identidad cultural sonora? ¿Existen mapas sonoros y acústicos de las poblaciones? ¿Se establecen y cumplen diseños sonoros en lo urbanístico que respeten las necesidades del ser humano? ¿Qué proporción se da en nuestras ciudades entre sonido legítimo y ruido no deseado?

El presente trabajo reflexiona sobre la importancia de algo tan tangible en la vida diaria de todos los ciudadanos como es la identificación de los paisajes sonoros, su sostenibilidad como elemento cultural y medioambiental, y la necesidad de una concienciación firme que permita lograr un mayor respeto hacia los ecosistemas sonoros.

Palabras clave

Paisaje sonoro, mapa sonoro, mapa acústico, identidad cultural sonora, sostenibilidad ambiental sonora, urbanismo sonoro.

Abstract

Every population generates its own soundscape with a variable acoustic map. Each of these maps consists of different soundscapes which, thanks to its characteristic sounds, tend to define the social and cultural identity of every locality.

The effect of industrialization in medium and large populations homogenizes the sound identity, tending to progressively neutralize the traditional sounds of everyday spaces and of their own native culture sound. Therefore, the question is whether sound features are still present, able to define the cultural identity of our people.

However, the issue's importance lies not only in the processing of sound identity of our environment, but

the right of every citizen to enjoy a sound environmental sustainability to allow public areas for greater comfort of its inhabitants. Therefore, the current situation leads us to ask questions like: Is our sound cultural identity suffering an irretrievable breakdown? Are there acoustic and sound maps of populations? Are urban design established to respect the needs of human beings? What proportion is given in our cities between legitimate sound and unwanted noise?

This paper reflects on the importance of something as tangible in the daily life of all citizens as is the identification of soundscapes, its sustainability as a cultural and environmental element, and the need for a strong awareness that would achieve greater respect for sound ecosystem.

Key words

Soundscape, sound map, acoustic map, sound cultural identity, environmental sustainability sound, sound planning.

Introducción

El sonido que nos rodea como parte integrante de nuestra vida cotidiana no debería ser menospreciado, infravalorado e incluso ignorado. De él depende en gran medida nuestra interrelación con el entorno y el reconocimiento del mismo. Sin embargo, día a día las ciudades sufren una progresiva intromisión de sonidos de procedencia artificial que degradan la idiosincrasia cultural sonora de las poblaciones y convierten al ciudadano en un elemento pasivo, permisivo y casi cómplice de su deterioro.

Las ciudades deben diseñarse y construirse al servicio de sus ciudadanos, permitiendo que estos se integren y convivan con la ciudad en una relación positiva que fomente la construcción de una identidad mutua. El progreso no debería llevar asociado una pérdida de la identidad cultural y una degradación de la sostenibilidad ambiental, por eso, el trabajo que aquí se presenta tiene por objeto resaltar la necesidad de reconocer y proteger el entorno sonoro autóctono como elemento de identidad característico, así como hacer ver en el sonido medioambiental un instrumento de convivencia positivo.

El trabajo se centra por tanto en dos ámbitos que inevitablemente mantienen una estrecha relación: por un lado el paisaje sonoro como identidad cultural y por otro el entorno sonoro como elemento medioambiental. Esto enmarca la investigación en un contexto científico basado en las ciencias sociales y en concreto en ciencias de la comunicación, aunque perfectamente podría mantener una estrecha relación con el urbanismo y las ciencias medioambientales.

Objetivos

Por un lado se pretende buscar la reflexión hacia el reconocimiento, respeto y preservación de los entornos sonoros como elementos integradores de nuestra vida cotidiana, y por otro, resaltar una realidad que al entender de los autores debería estudiarse en profundidad por los organismos competentes y que a tenor de los datos recabados no parece considerarse como una prioridad a corto plazo.

Metodología

Se han analizado distintas referencias documentales, valorado investigaciones de carácter internacional, estudios y desarrollos medioambientales locales, normativas, directivas y ordenanzas. Al tiempo se ha realizado una labor de campo con observación, registro de muestras sonoras, toma de medidas de nivel de presión sonora y análisis de las muestras. Es evidente que el desarrollo de una investigación representativa requiere de un grueso de medidas que no ha sido posible alcanzar en el presente ejercicio, lo que no le resta solidez por la presumible coherencia de sus reflexiones.

1. El paisaje sonoro o la suma de sus fuentes

Se podría definir paisaje sonoro como la suma de las distintas fuentes sonoras¹ que lo componen independientemente de su número y origen, bien sean de procedencia natural o artificial. Es indiscutible que en el principio de los tiempos, los diferentes entornos poseerían una esencia natural compuesta por fuentes sonoras ajenas a todo artificio derivado de la intervención del hombre; paisajes sonoros compuestos por sonidos producidos por el viento, el mar, la lluvia, los rayos o los animales entre otros. Sin la acción del hombre estos paisajes sonoros seguirían posiblemente inalterados en la fecha actual y, su mezcla, siempre diversa y particular, compondría la verdadera seña de identidad propia de todo entorno sonoro puramente natural u originario.

Pero el ser humano también es una fuente sonora natural más: su voz, sus gritos, sus jadeos y sus cánticos, representan su forma de expresión como lo puede ser el ladrido para un perro o el rugido para un león. Por ende, un paisaje sonoro en el que los sonidos naturales del hombre en su más pura esencia cohabitan con los del resto de fuentes naturales² del entorno, puede ser perfectamente definido como integrante del entorno sonoro natural. Este es el inicio de una importante controversia, ya que, ¿dónde está el límite entre el paisaje sonoro natural y el artificial? ¿Toda alteración sonora no natural de un entorno originario debe considerarse artificio? Por

1 Se denomina fuente sonora a cualquier elemento generador de sonido ya sea natural o artificial. También definible como origen físico de una vibración creadora de una onda sonora audible.

2 Denominamos fuente sonora natural a aquel sonido procedente de la naturaleza o de los seres vivos.

ejemplo, los instrumentos musicales diseñados por el hombre, ¿son fuentes naturales o artificiales?, ¿se pueden considerar naturales solamente los acústicos?, ¿por qué no los electroacústicos? ¿Un coche de caballos es natural o artificial?, ¿y el de motor a vapor, o el de gasolina? Sin duda, la aparición de fuentes sonoras derivadas de los procesos de industrialización es un claro origen de la alteración de todo entorno natural. También es cierto que la implementación paulatina de sonidos artificiales en los entornos sonoros antaño naturales, ha sido asumida por el hombre de forma progresiva y con el paso del tiempo integrada como parte del magma global que representa el mapa sonoro poblacional y buena parte de los naturales. Por ello, los sonidos derivados de la industrialización no deberían considerarse como destructivos siempre que respetasen las normas de integración en todo paisaje sonoro natural, por lo que sus características serían legítimas en esa gran mezcla sonora que se da en todo entorno sonoro, si su protagonismo fuese el justo y necesario como aportación puntual y no estableciese un predominio absoluto enmascarante que anulase al resto de sonidos característicos. Esto es lo que actualmente se da en los paisajes sonoros de las poblaciones de mediano y gran tamaño, en las que el desmesurado protagonismo de los sonidos de origen artificial, (en concreto los procedentes de los vehículos motorizados)³, ha conseguido establecerse como un sonido constante de extraordinario predominio sobre el resto, lo que de forma flagrante rompe el equilibrio sonoro y redefine negativamente el concepto de ecosistema acústico compensado que debería darse consecuencia de la interacción de las distintas fuentes sonoras que lo componen.

Tal vez una división basada en sonidos naturales o artificiales sea excesivamente simplista a tenor de la variedad de fuentes sonoras y de la compleja integración de las mismas, siendo posiblemente más acertado hablar de entornos o paisajes sonoros representativos de épocas o periodos, siempre considerando las características socioculturales específicas y, por supuesto, sin olvidar esa esencia que definió cada una de ellas. En este sentido sí podría establecerse una amplia clasificación de multitud de sonidos característicos conforme a su composición en frecuencia y nivel de intensidad, así como diseñar una clasificación evolutiva de paisajes sonoros conforme a la suma de los anteriores. Esto definiría con gran precisión la evolución a lo largo del tiempo de los distintos paisajes sonoros característicos y permitiría obtener de dicho estudio conclusiones respecto a la incorporación de nuevos sonidos procedentes de cualquier fuente sonora, ya sea natural o artificial.

Por otro lado, ha de tenerse en cuenta la peculiar relación del ser humano con su entorno, en la que gracias al sentido del oído (que permanece siempre alerta), el hombre integra a nivel sensorial y perceptivo todos los acontecimientos sonoros que se suceden a su alrededor. No es una observación superficial, ya que la interpretación del conjunto de las fuentes sonoras interviene directamente en el reconocimiento de espacios, situaciones y relaciones socioculturales, lo que puede ser de innegable ayuda en el proceso de integración del hombre en los distintos entornos, así como servir de mecanismo de alerta y prevención ante posibles riesgos. Según Westerkamp, H. (1994) “cuando comenzamos a familiarizarnos con el paisaje sonoro de una nueva cultura comenzamos a sentirnos allí un poco más en casa, comenzamos a sentirnos más seguros”⁴.

3 Según la Unidad 5 de Salud y Medio Ambiente: contaminación acústica y salud humana, publicado por la Junta de Andalucía, “Dependiendo generalmente de la estructura socioeconómica y geográfica de un asentamiento humano, en términos generales el 80% del nivel medio de ruidos, es debido a vehículos a motor, el 10% a las industrias, el 6% a ferrocarriles y el 4% a bares, locales públicos, pubs, talleres industriales”.

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~29701428/salud/contacu.htm> - [En línea]. Consultado el 09-09-2011.

4 Westerkamp, H.:1994. <http://www.eumus.edu.uy/ps/txt/westerkamp.html> - [En línea]. Consultado el 9 de Septiembre de 2011.

Relativo a la importancia que adquiere para el ser humano la integración con su entorno sonoro, es curioso observar como algunas compañías de coches como Audi, Opel, Nissan u Honda, plantean incorporar en sus vehículos eléctricos sonidos artificiales que simulen a los característicos de los vehículos de combustión. En Audi, Ralf Kunkel (responsable del departamento de acústica), ha señalado que en el caso del nuevo modelo Audi e-Tron, "la solución lógica debería pasar por investigar sobre la base del sonido familiar que emite un motor de combustión" 5, ya que al producir un sonido muy atenuado, los responsables de dichas compañías entienden que puede suponer un riesgo para los viandantes. Evidentemente puede ser de interés para las personas invidentes, pero no sería lógico reproducir los errores cometidos hasta la fecha por las compañías automovilísticas, quienes conscientes del nivel de presión sonora que generan sus vehículos de combustible tradicional, continúan sobrepasando claramente los niveles máximos permisibles en los entornos urbanos. Por lo que de cara a una posible incorporación de sonidos característicos en los nuevos vehículos alimentados por energía eléctrica, lo más lógico sería dotarles de un sonido que les identificase y al tiempo les integrase perfectamente en el paisaje sonoro de forma no invasiva, respetando la integridad de todos aquellos sonidos considerados como naturales.

Como anécdota relacionada con la integración no invasiva de los niveles sonoros de fuentes sonoras artificiales⁶, uno de los autores del presente trabajo fue el responsable de sonido de una obra teatral que representó a España en la Expo92 y recorrió distintas plazas del territorio español, la obra en concreto es "La petenera"⁷, en el presente caso con un claro corte clásico. Pues bien, en su representación en el Palacio de Festivales de Santander, recibió la felicitación del público y de los responsables de las instalaciones al lograrse una delicada cohesión de niveles sonoros entre las fuentes naturales (actores, coros y bailarines), y las fuentes artificiales o sistemas de refuerzo electroacústicos (altavoces), lo que posibilitó que se percibiera la señal con un único origen proveniente de los propios actores, integrándose perfectamente en todo el entorno sonoro del recinto y pareciendo lo escuchado, la propia señal emitida de forma natural por los actores. Si esto es posible en el ámbito profesional, en igual medida lo es en la aplicación industrial, todo dependerá del estudio e interés de los diseñadores. No obstante, en caso de obstinada resistencia, siempre debería atenderse al cumplimiento de la normativa como defensa del interés de la ciudadanía.

Schafer, uno de los precursores del estudio del paisaje sonoro, considera que un paisaje sonoro puro o hi-fi se caracterizaría por una carencia de enmascaramiento producida por lo que denomina "ruido", con el resultado de que todos los sonidos podrían diferenciarse distintivamente" (Schafer: 1977).

5 Automóviles I+D. Suite 101. <http://manuel-blazquez-merino.suite101.net/la-inclusion-de-ruídos-simulados-en-los-vehículos-eléctricos-a45375> - [En línea]. Consultado el 9 de Septiembre de 2011.

No debe pasarse por alto que el nivel sonoro producido por los vehículos de cuatro ruedas en buen estado procede principalmente del sonido de sus rodaduras, por lo que el sonido de los coches eléctricos se establece como audible superada la velocidad de los 20-25 kilómetros por hora.

6 Denominamos fuente sonora artificial a aquel sonido procedente de fuentes sonoras no naturales, generalmente derivado de distintos artefactos diseñados por el ser humano.

7 La Petenera, fue la obra elegida por el Pabellón de España en la Expo92, con dirección de Emilio Hernández y como responsable de sonido Manuel Sánchez Cid. Para dicha representación (Santander, 1992), se utilizó un refuerzo electroacústico de 16 cajas acústicas Martin Audio CX2 repartidas por toda la sala (<http://www.martin-audio.com/archivedproducts/datasheets/CXsystemdatasheet.pdf>). El espacio empleado para la representación fue la sala Argenta con capacidad para 1.670 localidades.

En definitiva, los paisajes sonoros se definen por la suma de las distintas fuentes sonoras que los componen, por lo que para los autores, su composición debería respetar y hacer prevalecer en todo momento el sonido originario de las fuentes sonoras consideradas como naturales, obligando así a una progresiva readaptación de los sonidos artificiales hasta la consecución de niveles de presión sonora lógicos que permitan la preservación y no degradación de los distintos mapas sonoros, así como faciliten la normal convivencia de sus habitantes.

2. El paisaje sonoro como identidad cultural

Se podría decir que todo contenido incluido en un paisaje sonoro conlleva una información significativa añadida, tanto de sus fuentes referenciales como del entorno que las aglutina. Se convierte así el paisaje sonoro en un globalizador dinámico de significados y significantes que proporciona información constante de todos los elementos que lo integran. Por lo tanto, no es únicamente una suma de cualidades acústicas basadas en frecuencias y niveles, es a su vez una redacción sonora de un lugar determinado; redacción que nos proporciona una valiosa información de su entorno, de su actividad, de sus moradores y su forma de relacionarse, y por supuesto, de la propia naturaleza que le da vida. Todo este conglomerado de datos significativos conforma una identidad propia y dinámica en el tiempo, reconocible y definible hasta tal punto, que va más allá de la pura percepción, sintonizando con infinidad de valores generadores de sensaciones relacionadas con formas de vida y de cultura. Sensaciones que producen lecturas emocionales de diferente signo siempre vinculadas a la esencia personal de cada receptor. Por ello, todo entorno sonoro es un constante reproductor de las condiciones de vida de un medio en continua transformación que infiere a su lectura e interpretación un número indeterminado de significados. ¿Se podría asegurar entonces que si se identifican los significantes de un paisaje sonoro sería factible reconocer y comprender un entorno social y su cultura? Para R. Murray Schafer, “el medio ambiente acústico general de una sociedad puede entenderse como un indicador de las relaciones sociales, de las cuales es consecuencia, y que a través suyo podemos conocer algunas cosas acerca de la dirección de desarrollo de dicha sociedad”⁸ (Murray Schafer, R.:1977). Otra posible respuesta la tendrían las personas que han viajado fuera de su entorno a ciudades y culturas distintas a la suya, ya que, aunque la industrialización tiende a homogeneizar la mayoría de las referencias autóctonas, en todo paisaje sonoro se dan cualidades sonoras propias de cada entorno; cualidades que vienen dadas por la combinación de un extenso número de factores tanto físicos y biológicos (divisibles en abióticos y bióticos⁹), como de índole social o creados por el hombre. Por ejemplo, factores como la temperatura, la humedad (aspectos físico-acústicos que intervienen directamente en la transmisión del sonido); la fauna y flora; la orografía, composición del suelo, la existencia y variabilidad del viento; el tipo de construcciones y sus materiales, el diseño urbanístico, la anchura de las calles y la altura de los edificios; la densidad demográfica, el ritmo vital y actividad de la población; las normativas medioambientales y de convivencia (por ejemplo, nivel de ruido permitido y normas de tráfico); la hora del día y la estación del año, entre otras muchas variables. Esta suma de datos facilita el proceso de identificación, reconocimiento y asociación cultural que se da incluso en espacios de gran semejanza. No suena igual el paseo marítimo de San Sebastián (Guipúzcoa), que el de Alicante, así como es

⁸ Recogido en “Tres instantáneas sobre el paisaje sonoro”, <http://www.eumus.edu.uy/ps/txt/werner.html> [En línea]

⁹ Factores abióticos: hacen referencia a los factores físicos o de la naturaleza en los que no intervienen los seres vivos.

Factores bióticos: hacen referencia a factores de la naturaleza en los que intervienen los seres vivos, ya sean animales, plantas o microorganismos. Recogido en “Depósito de documentos de la FAO” – Ecología y enseñanza rural.

<http://www.fao.org/DOCREP/006/W1309S/w1309s09.htm> [En línea] Recuperado el 9 de Septiembre de 2011.

diferenciable el sonido existente en la T-4 del Aeropuerto de Madrid-Barajas, del sonido del Aeropuerto Kingsford Smith de Sydney-Australia. Lo cierto que ambos paseos marítimos y ambos aeropuertos son semejantes en apariencia, pero es comprobable que cuando se está en uno u otro lugar, las diferencias en la composición sonora asociable provoca sensaciones diferentes.

Conforme a la exposición anterior, aunque podría confirmarse que todo paisaje sonoro contiene una valiosa información que le hace característico, único y distinguible del resto, curiosamente parece no existir una conciencia social relativa al reconocimiento, respeto y preservación de los paisajes sonoros como identidad cultural. Es sencillo, existen pinacotecas, museos etnográficos, enológicos, del ejército, del ferrocarril, del vestido, incluso de los suplicios (situado en Santillana del Mar-Cantabria), pero se escapa al conocimiento de los autores la existencia de un museo que recoja la evolución de los paisajes sonoros como hecho cultural. Dicha documentación facilitaría un reconocimiento de la identidad sonora de cada entorno en distintos periodos temporales, así como posibilitaría identificar y analizar todos los cambios sufridos consecuencia de aspectos tanto naturales como sociales, convirtiéndose en una fuente documental descriptiva de carácter histórico con un innegable valor patrimonial.

Gracias a la tecnología actual podemos servirnos de herramientas suficientes para poder obtener miles, millones de muestras sonoras reflejo del entorno sonoro global. Esto no es un capricho, es casi una obligación hacia las generaciones venideras. Documentar el proceso de evolución social mediante la grabación de los paisajes sonoros es otra forma de herencia cultural que entronca directamente con la observación, el análisis y el recuerdo. La memoria ayuda a no cometer los errores del pasado. Por eso, preservar en la mayor medida posible la integridad natural de los paisajes sonoros significa permitir que nuestras generaciones futuras convivan con ecosistemas menos alterados. De esta forma, el propósito de lograr mantener paisajes sonoros normalizados se convierte en un doble instrumento: por un lado cultural o de defensa de la identidad sonora de los distintos entornos o paisajes sonoros y, por otro, con un claro fin de respeto hacia el entorno y sus moradores.

La trascendencia adquirida a nivel científico es tal que, distintos proyectos nacionales e internacionales como World Soundscape Project (WSP)¹⁰, World Forum for Acoustic Ecology (WFAE)¹¹, Escoitar¹², Acoustic Ecolo-

10 Proyecto a nivel mundial cuya finalidad es registrar paisajes sonoros a fin de investigar y preservar su identidad. Surgió en la Universidad Simon Fraser (Vancouver) a finales de los sesenta de la mano de M. Schafer y B. Truax, <http://www.sfu.ca/~truax/wsp.html>

11 Centro de información sobre temas ambientales relacionados con el sonido y la investigación científica, cuyo fin es aumentar el conocimiento de los medio ambientes sonoros,

12 Comunidad en red abierta que, entre otros objetivos, busca la conservación de la memoria sonora gallega. <http://www.escoitar.org/Acerca-de-Escoitar,6>

13 Esta sección del sitio se centra en la observación del mundo sonoro. <http://www.acousticecology.org/soundscapes.html>

14 Proyecto científico relacionado con la antropología que trata entre otros aspectos, los relacionados con el estudio del paisaje sonoro de seis poblaciones europeas. <http://www.6villages.tpu.fi/>

15 Laboratorio que investiga los espacios sonoros sensibles y los ambientes arquitectónicos y urbanos. <http://www.cresson.archi.fr/ACCUEILesp.htm>

gy Institute¹³, Acoustic Environments in Changes¹⁴, Centre de recherche sur l'espace sonore et l'environnement urbain (CRESSON)¹⁵, Ciudad Sonora¹⁶ o el propio grupo GISECOM¹⁷, se centran en el estudio de los paisajes sonoros con diferentes objetivos pero con un claro nexo común: el estudio del paisaje sonoro como bien cultural, identificador del cambio social y reflejo de los ecosistemas sonoros.

3. Paisaje sonoro y contaminación acústica: una relación consentida

La industrialización progresiva ha ido transformando no sólo a las culturas y sus modos de vida tradicionales, sino que ha provocado la correspondiente alteración del medio ambiente sonoro. Una alteración que somete a los paisajes sonoros y los conduce inequívocamente a una degradación progresiva. Pero el problema no estriba sólo en la agresión a los valores culturales existentes en los distintos ecosistemas sonoros, va más allá, siendo perfectamente identificable el daño y su causa por la relación de equilibrio que mantienen: paisaje sonoro, identidad cultural y respeto medioambiental. Los estudios sobre el paisaje sonoro saltan la alarma ante el problema del ruido y la relación del ser humano con su entorno. Estudios que indirectamente ponen de relieve la llamativa la relación del hombre con su sentido auditivo, ya que aunque el oído es extremadamente capacitador y sensible, sufre de forma muy especial el efecto enmascarante producido por entornos que sobredimensionan el nivel de presión sonora, restringiendo así la efectividad auditiva a una dimensión espacial variable que se reduce conforme aumenta el nivel de presión sonora del estímulo. Esto es comprobable si se extrapola tal situación al estudio de los niveles sonoros de la producción audiovisual, que conforme a una investigación desarrollada por GISECOM (Manuel Sánchez Cid y Basilio Pueo), se ha demostrado que en los medios radio y televisión españoles, entre otros, el nivel de presión sonora establecido por defecto en sus producciones supera en 9 y 10 dB el nivel recomendado. Esto es sencillamente indicativo de un defecto de forma que evidencia un llamativo desconocimiento técnico y comunicativo. No obstante, el incremento desmesurado de presión sonora es algo que parece estar presente en buena parte de la sociedad. Los jóvenes por ejemplo, tienden a escuchar sus reproductores portátiles a nivel casi absoluto, lo que en dispositivos con microauriculares puede traducirse entre 80 y 85 dB, pese al daño a largo plazo que ocasionan en su sistema auditivo. En los conciertos en directo con sistema electroacústico se sobrepasa el nivel de seguridad de 65-70 dB recomendado por la O.M.S.¹⁸, alcanzando fácilmente en conciertos masivos¹⁹ los 100 y 105 dB. Otro claro ejemplo podría ser el nivel sonoro que se alcanza en España en el interior

16 Grupo de investigación que trata la dimensión sonora de la vida social con el fin de resaltar el aspecto sonoro de la vida urbana. <http://ciudadsonora.wordpress.com/>

17 Grupo Investigador del Sonido Envolvente y la Comunicación. Está vinculado a la Universidad Rey Juan Carlos y se centra en temas relacionados con el sonido y su representación espacial, así como en la identidad cultural de los paisajes sonoros y en el estudio de la sostenibilidad ambiental sonora. Su director y creador es Manuel Sánchez Cid, profesor de la citada universidad.

18 Un informe publicado en 1995 por la Universidad de Estocolmo para la Organización Mundial de la Salud (OMS), considera los 50 dB como el límite superior deseable, siendo los niveles superiores a los 65-70 dB repercutibles en la salud humana. http://www.cooperativa.cl/prontus_nots/site/artic/20080925/pags/20080925130852.html

19 La mayoría de las solicitudes actuales de equipos electroacústicos para sonorización de conciertos al aire libre o en

de bares, cafeterías y otras instalaciones dedicadas a la restauración gastronómica, en los que no es difícil alcanzar un nivel de 80 dB sólo con la interrelación de los clientes, lo que dificulta cualquier comunicación sonora interpersonal así como evidencia una agresión auditiva no justificable. Pero en realidad, el principal protagonista de las alteraciones de la mayoría de los entornos sonoros no es otro que el tráfico rodado. Existen otros perturbadores sonoros como zonas industriales, pasillos aéreos e incluso zonas de recreo, pero comparativamente son casos puntuales respecto a la dimensión global del problema acústico que representa el tránsito de vehículos de combustible; aunque en ningún caso la perturbación que produce cualquiera de los mencionados es justificable.

¿Se podría denominar a esta intromisión sonora de carácter invasivo y perturbador, contaminación Acústica? Sin duda. El término contaminación acústica hace referencia al sonido molesto que se considera como un contaminante, y no se refiere a una tipología de sonidos más o menos estéticos o armónicos, sino a aquellos que por sus cualidades intrínsecas o añadidas resultan nocivos para el ser humano y su entorno. Por lo que un nivel elevado de sonido molesto o ruido indicará un grado de contaminación acústica.

Un problema añadido de la contaminación acústica es la falta de relación entre el tamaño de la fuente que produce la agresión acústica y el espacio o extensión que se ve afectada por ella. Como ejemplo, una moto de 125 cc no llega a 2,5 metros de longitud, sin embargo, su influencia sonora puede alcanzar los 60 ó 70 metros dependiendo de sus revoluciones. Este ejemplo viene a determinar que a su vez existen fuentes productoras de contaminación acústica de carácter estático (obras, carreteras, zonas culturales, de recreo, estaciones de tren, aeropuertos y zonas industriales), que pueden ser localizadas, aisladas y controladas en mayor medida; así como el mayor problema deviene de las fuentes sonoras contaminantes espacialmente dinámicas (vehículos a motor terrestres, aviones y trenes entre otros), que presentan una dificultad añadida en su control individualizado, pero que pueden ser identificadas y controladas como conjunto.

Si se considera que los mayores productores de contaminación acústica son los vehículos rodados de motor y que el actual parque automovilístico español a Junio de 2011 ha crecido hasta los 28.000.000 de vehículos, de los cuales, un 80% pertenece al segmento de los turismos²⁰, y que cada vehículo a una velocidad de 35 Km/h produce un nivel sonoro medio de 63 dB, es evidente que repartidos por los kilómetros del territorio español la contaminación acústica es un hecho. Lógicamente es un supuesto hipotético aunque no irreal, ya que si fuese llevado a términos de estudio de laboratorio y de campo, las distintas medidas corroborarían que conforme a las recomendaciones de la OMS y a las cifras medias de las legislaciones europeas²¹, no podría circular prácticamen-

recintos escénicos de gran tamaño, ya no se basan en la antaño acertada regla de vatios/persona, en la actualidad se habla de nivel de presión sonora obtenible a determinado número de metros, lo que significa que para alcanzar ese nivel en el punto deseado, los puntos intermedios y próximos a la fuente sonora deben asumir un nivel muy superior al recomendable. Esto se minimiza con la utilización de sistemas volados o line-array, no obstante, sigue dándose una sobredimensión de nivel recomendado.

²⁰ Navarrainnova – cluster automoción: el parque automovilístico español crece hasta los 27,96 millones de vehículos. Fuente: <http://www.navarrainnova.com/es/clusters/automocion/actualidad/2011/06/20/23144.php> [En línea].

²¹ Las legislaciones europeas establecen un límite medio aceptable para el ser humano de 65 dB durante el día y de 55 dB en el periodo nocturno. A su vez la OMS establece como valores para un descanso adecuado un nivel máximo de 30 dB para el ruido de fondo y de 45 dB para ruidos producidos por fuentes puntuales. Según la O.C.D.E., 130.000.000 de habitantes de sus países miembros soportan un nivel sonoro superior a 65 decibelios (dB), límite aceptado por la O.M.S. y otros 300.000.000 residen en zonas de incomodidad acústica entre 55-65 dB.

te ningún vehículo a más de 25 Km/h.

Este es un problema complejo, ya que la generación del ruido procedente de los vehículos en su mayor parte no es originada en el motor sino del roce de los neumáticos con el asfalto. Escúchese una bicicleta y se podrá comprobar que incluso ésta produce ruido por la fricción de sus rodaduras. En la generación de ruido por vehículos a motor intervienen aspectos directos tan variados como: el tipo de vehículo (motocicleta, turismo, camión, autobús, siendo la primera el vehículo más contaminante); el estado del vehículo; el tipo de neumáticos; el estado de los mismos; el peso del vehículo; el tipo de combustible (los motores de diesel producen mayor nivel sonoro que los de gasolina); la potencia del motor; la velocidad de la marcha o el tipo de asfalto entre otros. Lo que está claro es que si después de 103 años de experiencia en la fabricación de automóviles en serie esta problemática no ha sido solucionada, la perspectiva de futuro no es demasiado halagüeña a corto plazo. Otro problema latente es la constante queja de representantes políticos y ciudadanos de las poblaciones afectadas por la huella sonora de los pasillos aéreos. Quejas que incluso siendo argumentadas mediante contrastados y rigurosos estudios independientes, obtienen respuestas dilatantes y no resolutivas. Este es un problema que se da en la mayoría de las poblaciones con aeropuerto activo²². Igualmente existen otros tipos de contaminación acústica como la producida por la construcción o la generada por las zonas de ocio y esparcimiento cultural. En más ocasiones de las deseadas se da un cúmulo de ambas circunstancias.

De todo lo anterior se desprende que el ruido o contaminación acústica está demasiado presente en los diferentes ecosistemas, primando su actividad comprometedor y destructiva en las poblaciones medias y grandes (no por el nivel de perturbación individual de sus fuentes sino por la suma del conjunto), logrando neutralizar e incluso anular los rasgos sonoros característicos de cada población. Pero esta problemática no sólo afecta a la idiosincrasia cultural de cada localidad, en igual grado de importancia afecta a la salud de los ecosistemas así como a la de sus habitantes²³.

En opinión de los autores, una posible solución a medio plazo sería el reconocimiento de la ecología acústica como una de las prioridades de las políticas ambientales junto a una progresiva sensibilización ambiental de la ciudadanía. La calidad de vida de los seres humanos depende tanto del respeto al ecosistema sonoro como del respeto y cuidado del agua o del aire.

4. Urbanismo sonoro: un paisaje al servicio del ciudadano

Hay quien piensa que el problema del ruido en las ciudades es en parte responsabilidad de los urbanistas. Ciertamente es que el suelo está limitado, que existe una excesiva concentración de viviendas y que se ha sufrido una planificación bajo la presión especulativa, pero a pesar de todo, existen ejemplos de ciudades con planteamientos auténticamente concebidos para el ciudadano: diseños con calles más amplias, con mayor espacio para el transeúnte, con una proporción más lógica en verticalidad de los edificios, con espacios más abiertos, con mayor presencia

Fuente: <http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~29701428/salud/contactu.htm>

²² Alcaldes contra el ruido. <http://www.enalcobendas.es/noticias/2010/02/17/4582/alcaldes-afectados-por-barajas-pidieron-medidas-en-el-congreso-de-los-diput>

²³ En el presente trabajo ha evitado tocar los numerosos aspectos derivados de la relación ruido y salud, pero conscientes de sus graves consecuencias, recomendamos la lectura de la obra denominada *El Ruido*, (Guski, R.:1989).

de elementos naturales como arbolado y zonas verdes. En definitiva, espacios más pensados para el ciudadano en los que se prescindir de lo artificioso, de lo innecesario y en consecuencia se produce un acercamiento hacia una concepción más entroncada con lo natural.

No es lógico que se permitan diseños urbanísticos en los que la distancia entre edificios imposibilite que penetre el sol, o en los que la proporción entre distancia y altura logran que conversaciones a nivel de calle resuenen en un cuarto piso como si se estuviera presente en la dialéctica. No es lógico que se aprueben diseños con tanta reincidencia en materiales constructivos reflectantes que en nada favorecen la absorción de los ruidos ambientales.

Cualquier profesional del sector sabe que elementos naturales como árboles, setos o jardines, reducen un mínimo de entre 3 a 6 dB el ruido aéreo; que los espacios abiertos disminuyen la concentración de reflexiones estacionarias²⁴ enmascarantes y, que las barreras naturales o artificiales han de ser utilizadas como elementos aislantes. Sin embargo, en muchas zonas de nueva construcción lo más fácil es encontrarse con mucho cemento y bloques de pisos de cuatro, cinco o más alturas separados por la mínima distancia que establece la ley. Para evitar esto existe la Ley del Ruido, que tiene como principios la prevención, vigilancia y reducción de la contaminación acústica, y como objetivos, entre otros, la creación de planes urbanísticos más lógicos que reconozcan como tales las zonas de servidumbre acústica, así como lograr que los edificios sean considerados como parte del Medio Ambiente, en concreto, como receptores acústicos. Se supone que desde 2012 todas las ciudades españolas de menos de 250.000 habitantes deberán disponer obligatoriamente de un mapa del ruido.

El exagerado avance del mercado inmobiliario provocó un sobredimensionamiento de los espacios urbanizables. Proyectos que debido a la complejidad del tejido urbano y a la distribución espacial de fuentes sonoras deberían conllevar un estudio y tratamiento singular de las necesidades acústicas. No es lógica la aplicación de un diseño estándar, tan siquiera una ejecución estándar. Las particulares circunstancias constructivas de cada diseño establecen un seguimiento específico que no debería basarse únicamente en la normativa, sino en las peculiaridades de cada zona urbana, buscando así matices sonoros específicos que constituyan la identidad cotidiana, pero al tiempo preservando valores genéricos que coincidan con el respeto y cuidado del medio ambiente sonoro. Por lo que los organismos oficiales reguladores no pueden convertirse en meros espectadores, deben tomar conciencia de las características acústicas de los diferentes ecosistemas urbanos (entre otros), y pensar en su custodia y preservación.

Conclusiones

En opinión de los autores:

-El paisaje sonoro es sin duda un elemento de identificación sociocultural. Describe los rasgos característicos de la sociedad, su actividad y su entorno.

-Debería ser considerado como patrimonio cultural, siendo expuesto a la ciudadanía en pro del conocimiento, reconocimiento y análisis de los cambios sociales que representa.

-Es necesario concienciar a la población de la importancia de respetar y preservar los ecosistemas sonoros. La acción educativa es una de las mejores formas de acción preventiva.

24 Superposición entre ondas de idénticas características que se propagan en sentido contrario. El efecto es la suma de sonidos no deseados.

-Todo paisaje sonoro posee una base de origen natural acorde con la idiosincrasia del entorno, que ha de ser respetada en la mayor medida posible.

-Un paisaje sonoro bien gestionado debería permitir la mezcla equilibrada de todas sus fuentes sonoras así como su identificación, evitando aquellos sonidos de claro corte invasivo con persistencia en el tiempo.

-Los problemas de contaminación acústica en las ciudades tienen su causa principalmente en el tráfico rodado de combustible. Los resultados de las investigaciones realizadas para solventar el problema del ruido generado por los neumáticos y el asfalto después de 103 años son claramente insuficientes, por lo que, o se realizan mayores esfuerzos con resultados tangibles, o sería necesario replantearse las medidas legislativas.

- Aunque con numerosos recursos a su favor, el diseño urbanístico sigue mostrando una clara falta de compromiso hacia el concepto de medio ambiente sonoro sostenible.

En definitiva, ninguno de los anteriores tendrá sentido si no se concientiza a la población de la necesidad de comprender y respetar los valores que hacen de un ecosistema sonoro algo tangible y saludable.

Referencias

Guski, R. (1989). "El ruido. Efectos de los sonidos no deseados". Biblioteca de psicología nº 160. Barcelona. Ed. Herder.

Referencias en Línea

- Acoustic Ecology Institute. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.acousticecology.org/soundscapes.html>

- Automóviles I+D - Suite101: La inclusión de ruidos simulados en los vehículos eléctricos (s.f.). Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de <http://manuel-blazquez-merino.suite101.net/la-inclusion-de-ruidos-simulados-en-los-vehiculos-electricos-a45375#ixzz1YEXfhT1v> – 22-marz 2011

- CRESSON. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de <http://www.cresson.archi.fr/ACCUEILesp.htm>

- Ciudad Sonora. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de <http://ciudadsonora.wordpress.com/>

- Depósito de documentos de la FAO. Ecología y enseñanza rural. (s.f.). Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de <http://www.fao.org/DOCREP/006/W1309S/w1309s09.htm>

- Ecología acústica en el paisaje sonoro, una herramienta interdisciplinar: análisis, creación y pedagogía con el sonido. Por José Luis Carles. - Centro Virtual Cervantes. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

http://cvc.cervantes.es/artes/paisajes_sonoros/p_sonoros01/carles/carles_01.htm

- Escotar. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.escoitar.org/Acerca-de-Escoitar,6>

- Hildegard Westerkamp (1994) En línea – consultado el 17 de Julio de 2011 - Bauhaus y estudios sobre el paisaje sonoro - explorando conexiones y diferencias. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.eumus.edu.uy/ps/txt/westerkamp.html>

- Martin Audio CX2. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.martin-audio.com/archivedproducts/datasheets/CXsystemdatasheet.pdf>

- Navarrainnova. cluster automoción. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.navarrainnova.com/es/clusters/automocion/actualidad/2011/06/20/23144.php>

- Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

http://www.cooperativa.cl/prontus_not/site/artic/20080925/pags/20080925130852.html

- Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~29701428/salud/contactu.htm>

- Tres instantáneas sobre el paisaje sonoro. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.eumus.edu.uy/ps/txt/werner.html>

- Unidad 5 de Salud y Medio Ambiente: contaminación acústica y salud humana, publicado por la Junta de Andalucía. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~29701428/salud/contactu.htm> - [En línea]. Consultado el 10-09-2011.

- WSP. Recuperado el 9 de Septiembre de 2011 de

<http://www.sfu.ca/~truax/wsp.html>

MADRID, SOLEDAD SONORA: REFLEXIONES SOBRE EL SILENCIO, LA CONTEMPLACIÓN Y LA ESPIRITUALIDAD EN LAS GRANDES CIUDADES

Aurelio del Portillo García

Profesor Titular de la Universidad Rey Juan Carlos

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Camino del Molino s/n, 28943 – Fuenlabrada, Madrid (España)

tlf: + 34 629349173 / email: aureliodelportillo@gmail.com

Resumen

Presentamos Madrid como ejemplo de las grandes ciudades desarrolladas en unos altísimos niveles de densidad, tanto en la proporción de habitantes por espacio ocupado como en la multiplicidad y aceleración de actividades de todo tipo. Pudiera parecer que estas vertiginosas intensidades son incompatibles con uno de los objetivos fundamentales del aprendizaje de todo ser humano: el encuentro consigo mismo. En ese conocer interior se apoya la sabiduría, según las más antiguas tradiciones filosóficas de la humanidad. Nos proponemos visitar la ciudad como un espacio de posibilidades más que como un molde rígido de limitaciones, invertir el proceso centrífugo de la espiral recorriendo su trazado hacia el centro. El objetivo de esta reflexión es confrontar la vivencia interior con la vivencia exterior de la persona en la ciudad para dilucidar la esencia del aprendizaje resultante en este crisol de experiencias que investigamos. Partimos del

análisis de textos que hacen referencia al silencio y a la contemplación como factores fundamentales para la recuperación de la lucidez que constituye la base de la conciencia humana: San Juan de la Cruz, Krishnamurti, Consuelo Martín, Antonio Blay, Nisargadatta, entre otros. Con esos pensamientos como referencia, recorreremos mentalmente espacios cotidianos de la ciudad observando las vivencias que contienen. Finalmente planteamos una nueva actitud, una manera diferente de mirar y escuchar prestando atención a las claves musicales de ritmo y armonía que contienen todos los estímulos sensoriales, intelectuales y vitales que nos ofrecen las ciudades y sus habitantes. Reivindicamos la omnipresencia del arte, los ámbitos humanos de silencio y de aproximación a la naturaleza, la necesaria ruptura del egocentrismo para la convivencia, y los espacios de creatividad que nos permiten soñar despiertos.

Palabras clave

Espiritualidad, silencio, filosofía, convivencia, paz, desarrollo humano

Abstract

Madrid could be a representative example among the large cities developed in very high levels of density and acceleration, both in their proportions of inhabitants per surface as in the multiplicity of all kind of activities. It seems that these dizzying intensities are inconsistent with one of the key objectives of learning for every human being: the encounter with himself. It is the main support for wisdom, as oldest philosophical traditions of humanity have considered. We intend to revisit the city as space of possibilities rather than a rigid mold of limitations, reversing the spiral centrifuge urban experience toward the center. The aim of this reflection is to confront inner with outer personal dimension living in the city to elucidate the essence of learning in this crucible of experiences that we investigate. We start from the analysis of texts that

refer to silence and contemplation as fundamental factors for the recovery of lucidity which is the basis of human consciousness: San Juan de la Cruz, Krishnamurti, Consuelo Martín, Antonio Blay, Nisargadatta, among others. With these thoughts as reference, we travel into places and moments of city life noting daily contained experiences. Finally we propose a new attitude, a different way of looking and listening paying attention to the musical key of rhythm and harmony that contain all the sensory, intellectual and vital experience that cities and their inhabitants provide. We observe the ubiquity of art, urban areas and opportunities for silence, nature, beauty, daydreaming in the city, looking for a necessary dissolution of egocentrism in order to build our peaceful coexistence.

Key words

Spirituality, Silence, Philosophy, Coexistence, Peace, Human development

Introducción

El título “Madrid, soledad sonora” hace referencia a un verso perteneciente al Cántico Espiritual de San Juan de la Cruz (2007, pg. 7), con la intención de asociar dos ideas aparentemente difíciles de armonizar: la gran ciudad, Madrid como ejemplo vivo, y la espiritualidad o, en un más alto nivel, la mística. Es precisamente esa confrontación en aparente conflicto la que inspira esta investigación, que tiene como objeto observar las vivencias urbanas en su cotidianidad, los espacios, dinámicas y estímulos sensoriales que las envuelven y acompañan, y las experiencias vitales de aprendizaje que en todo ello arraigan y crecen. Esta experimentación vital, difícilmente serena, contribuye a la construcción de un tipo humano, tanto en su dimensión personal como en su proyección colectiva, mediante una abigarrada diversidad de relaciones interpersonales que sirven de base al heterogéneo y ambiguo concepto de sociedad. Las actitudes contemplativas, el silencio, la calma, las visiones integradoras que permiten avanzar hacia el encuentro con uno mismo y hacia la posibilidad de comprender y deshacer algunos errores evidentes que deterioran nuestros actuales modelos de convivencia, encuentran al mismo tiempo dificultades y motivaciones en esta confrontación de contradicciones aparentemente insalvables sobre las que proyectamos nuestra observación y nuestras reflexiones.

Objetivos

Observar y las experiencias vitales que cotidianamente constituyen la vivencia de las personas en las grandes ciudades.

Analizar los conflictos que pueden confrontar esas experiencias con la necesaria e ineludible búsqueda de todos los seres humanos en su camino de aprendizaje y perfeccionamiento, especialmente en los ámbitos de la contemplación, de la espiritualidad y del silencio.

Destacar las oportunidades que ofrece la gran ciudad para descubrir claves estéticas y éticas de desarrollo humano a partir de estímulos sensoriales, espacios compartidos, vivencias urbanas, y una inmensa variedad de ritmos vitales enriquecidos por la diversidad.

Proponer algunas actitudes que pueden ayudar a aliviar tensiones y conflictos, apuntando a un modo más integrador de entender la ciudadanía.

Metodología

La investigación está basada en la introspección, tanto en la practicada por el autor de estas reflexiones, como en la constatación de otras experiencias documentadas en publicaciones escritas. La base fundamental de todo lo que aquí se argumenta ha sido obtenida de la interrelación transversal de textos de autores diversos sobre el objeto central del aprendizaje, desarrollo y la realización del ser humano, tanto en su sentido más general como en el ámbito más concreto de la vida en las grandes ciudades. Sobre esas reflexiones filosóficas como referencia se apoya una observación analítica del espacio sensorial, intelectual y emocional que constituye la vivencia ciudadana para su posterior revisión crítica. Las ideas que finalmente se aportan quieren articular una propuesta para la posible solución de algunos de los conflictos detectados en el proceso que, a su vez, pueda servir de base para futuras investigaciones y reflexiones en este sentido.

1. El 'yo' urbano

Los seres humanos vivimos nuestro ámbito de realidad desde un centro psicológico que toma conciencia, que se da cuenta de las cosas, y que, al mismo tiempo, es consciente de sí mismo. Desde esa referencia autoconsciente, desde ese 'yo', elaboramos una aparente continuidad de experiencias y de interpretaciones con las que construimos nuestro relato personal, la estructura secuencial, casi cinematográfica, de nuestras identidades individuales. Esto es obvio, evidente para todo aquel que observe por un momento. Toda la humanidad comparte este mecanismo psíquico, esta manera de ser. Según los diferentes condicionantes sociales y culturales que conforman en cada caso nuestro contexto de aprendizaje, y de los "mecanismos atencionales" (Pinillos, 1969, pg. 91), articulamos de diferentes maneras la organización e interpretación de la percepción de estímulos y pensamientos que, de forma selectiva, extraen de la realidad circundante aquello que va a convertirse en nuestra propia experiencia vital. Esto implica, de alguna manera, que no todos tenemos la misma visión del mundo, aunque la fotografía de

cada instante tomada por una cámara registrase para todos una imagen común. Pero no somos cámaras objetivas. Incluso cuando usamos tecnologías de toma de imagen generamos diferentes puntos de vista y diversas maneras de interpretar o manipular lo que vemos. “El hombre no ve las cosas tales y como son en sí mismas, sino tales y como son para él” (Pinillos, 1969, pg. 89). Es muy habitual que no nos demos cuenta de multitud de cosas, salvo que algo o alguien despierte nuestra atención sobre ello. Es precisamente ese ‘darse cuenta’ el que incorpora formas, ideas o conceptos a nuestra conciencia. A partir de ello se activan otros mecanismos mentales mediante los cuales atribuimos significados y valoraciones a esas percepciones elaboradas. Nuestra experiencia personal adquiere progresivamente valores simbólicos y conceptuales con los que podemos desarrollar representaciones connotativas que van mucho más allá de simples imágenes “fantasmáticas” (Arieti, 1967; Piaget, 1977, citados por Wilber, 1994, pgs. 20-21).

Ese concepto de ‘yo’ que “aparece tácitamente en todos los enunciados que traten de la percepción, sentimiento, ánimo, pensamiento” (Bunge, 1985, pg. 200) etcétera, tiene sentido propio sea cual sea el medio en que se desenvuelva. Tanto da si se trata de una isla desierta o del centro de Manhattan. Pero el tipo de experiencia o, mejor dicho, de estructura secuencial de experiencias que configura cada relato personal, ha de ser muy diferente según los estímulos generados por el entorno. Cada persona se desarrolla como tal en un inmenso océano de condicionantes cotidianos. Los acumulados como memoria de su propia configuración mental y los que le llegan desde su entorno de forma continua, filtrados y seleccionados por los mecanismos de atención que ya hemos comentado. En el caso de la gran ciudad, además, se da la circunstancia de que esta construcción de vivencias personales es multitudinaria. Compartimos el hecho de percibir, interpretar y construir realidades con millones de personas simultáneamente, muchas de ellas en un nivel de proximidad que en ocasiones puede resultar extraordinariamente denso.

Cada quien hace su propia interpretación de sus propias representaciones mentales, y reacciona según su propia configuración personal. Pero esa individualización no es absoluta. La presencia de ‘los otros’, percibida o sabida, no nos es ajena. Resulta apasionante observar cómo abigarradas multitudes interactúan en los espacios urbanos sin dejar de estar cada persona consigo misma, sin poder evitar que, de alguna manera, nos sintamos solos.

1.1. Conciencia y realidad

Las aportaciones de la ciencia durante el siglo XX, y también en el actual siglo XXI, han convertido en evidentes algunas sospechas que algunas tradiciones filosóficas y religiosas de la humanidad llevaban siglos apuntando: que no hay una realidad material estable tal y como había sido concebida y explicada antiguamente. La realidad del universo perceptible no está hecha de pequeñas piezas inalterables, a las que los griegos habían llamado ingenuamente átomos (no divisibles), sino de opciones vibratorias en un campo de infinitas probabilidades. Es decir, que “no hay una realidad única” (Talbot, 1986, pg. 21). “Existe hoy día un amplio grado de consenso, que desde el ángulo físico de las ciencias se aproxima a la casi totalidad, acerca de que la corriente del conocimiento se encamina hacia una realidad no mecánica; el universo está empezando a parecerse más a un gran pensamiento que a una gran máquina” (Jeans, 1932, citado por Talbot, 1986, pg. 24).

Es nuestra toma de conciencia, nuestra actitud y modo de ver a partir de nuestros mecanismos selectivos, la que configura aquello que llamamos lo ‘real’. Estamos diciendo que realmente afectamos a la propia realidad física desde nuestros mecanismos mentales, como afirma la física, aunque ahora dirigimos nuestra atención al hecho

de que permanentemente interpretamos nuestras percepciones y hacemos de ellas un mundo que gira sobre el centro de nuestra propia conciencia individual. Hemos adquirido, todos y cada uno de los seres humanos desde nuestra autoconciencia, el hábito de interpretar la vida a partir de la separación divisiva dual 'yo' y 'lo otro'. El entorno, el espacio, las demás personas y cosas con las que me relaciono cada día, están 'allí fuera' mientras 'yo' estoy 'aquí dentro' pensando y sintiendo, reaccionando y juzgando todo lo que percibo. Pero, ¿podemos estar seguros de que esto es realmente así? Si la física ya advierte que la conciencia es un factor activo en la configuración de la realidad, los innumerables testimonios y razonamientos filosóficos que apuntan hacia la 'no dualidad' parecen adquirir, desde todos los puntos de vista del conocimiento científico, un cada vez más incontestable grado de sensatez, coherencia y verosimilitud. "La separación de los conceptos de mente y materia ha quedado superada por los descubrimientos físicos en los que los ámbitos subjetivo y objetivo se interrelacionan en la llamada 'singularidad'" (Martín, 2005, pg. 34). Las aparentes contradicciones que las ciencias empíricas han mantenido en ocasiones al respecto con la filosofía y otros razonamientos especulativos parecen estar desapareciendo.

No podemos en esta ocasión extendernos y profundizar en este fascinante territorio del saber, pero sí queremos basar en él una idea muy relevante para nuestra argumentación: la realidad que compartimos la estamos construyendo entre todos. No es algo que está ahí, inmutable e indiferente a nuestras acciones y pensamientos. Nuestra vida y nuestras relaciones dependen de qué concepto y vivencia tengamos de nuestra propia entidad consciente. "Cuando yo vivo mi centro es cuando descubro el centro de los demás. Cuando yo vivo mi conciencia profunda es cuando descubro mi parentesco con los demás. Cuando yo vivo sólo lo externo es cuando vivo lo que me separa totalmente de los demás" (Blay, 1995, pg. 99). Diferentes pensamientos filosóficos han articulado la idea de que todos compartimos el espacio de la conciencia, lo cual, en un determinado nivel, relativiza la idea separativa del 'yo' frente al 'otro'. "La consciencia que encierra el cuerpo no es más que una pequeñísima experiencia, pero por su naturaleza, por su cualidad, es esencialmente idéntica a la consciencia universal" (Nisargadatta, 1995, pg. 211).

1.2. La alteridad disonante

El encuentro con 'el otro', con los demás, en el entorno de las grandes ciudades, es peculiarmente problemático. Podemos compartir con tolerancia el espacio de la calle, del autobús o de los edificios públicos, pero casi siempre estamos sometidos a un exceso de proximidad y densidad que convierten la convivencia pública en un cierto grado de invasión, cuando no de agresión, a nuestra interioridad, a nuestra intimidad, a nuestro espacio vital, a lo que consideramos nuestra identidad, al desarrollo de nuestro 'ser' (que, de alguna manera, tiene mucho que ver en este caso con nuestro 'estar', "situación, condición o modo actual de ser", según el diccionario de la RAE). Al menos en este sentido del aprendizaje que planteamos a partir de la convivencia, en la peculiar dimensión y sentido que adquiere en la ciudad. Podemos intentar crear un espacio de armonía personal en nuestra propia casa, aunque los ruidos o la calidad del aire amplíen ese entorno al ámbito del vecindario, del barrio, de la zona o, en ocasiones, de la ciudad entera. No es de extrañar que percibamos en muchos casos a los demás como una amenaza y no como una oportunidad, sobre todo porque solemos partir de una jerarquización de todos los sectores de la experiencia en la que el 'yo' es el centro. Si esa identidad central no encuentra su plenitud aparece el conflicto. Por el contrario, "cuando yo vivo mi relación con otra persona desde la plenitud de mi conciencia propia, entonces se trata de un enriquecimiento que hago de mí mismo, nunca habrá litigio" (Blay, 1995, pg. 98). Podemos afirmar que una clave fundamental en los conflictos humanos se basa en la manera de entender y vivir

la identidad 'yo' con relación a todo lo que consideramos 'no yo'. "El enfado es una afirmación rotunda y rabiosa del yo individual en oposición al resto del mundo" (Blay, 1981). Convertimos nuestra convivencia ciudadana habitualmente en una batalla en la que pretendemos ganar nuestro derecho a ser más de lo que somos, a mejorar, a desarrollar nuestro ser sin las limitaciones o condicionantes que le atribuimos a nuestros conciudadanos, probablemente de forma irreflexiva e injusta en la mayoría de las ocasiones. Mantenemos por ello un cierto grado de enfado casi permanente. Es 'vox populi' que en Madrid todo el mundo parece tener prisa y parece estar enfadado. Desde el punto de vista de los automovilistas esta afirmación adquiere una apabullante rotundidad. Todos los seres humanos buscamos la felicidad como síntoma inequívoco de realización personal, aunque en muchas ocasiones esa búsqueda esté muy erróneamente dirigida a la adquisición de cosas o de enriquecimientos confusos. Es natural que no podamos admitir frenos ni cortapisas en ese horizonte de crecimiento personal, porque "si deliberadamente decides ser menos de lo que eres capaz de ser serás profundamente infeliz durante el resto de tu vida" (Maslow, 1971, citado por Wilber, 1994, pg. 94). Ahora bien, ¿es realmente 'el otro' una limitación de mi crecimiento personal? ¿Se trata simplemente de lidiar con diferentes niveles o grados de atropello mediante diferentes niveles o grados de tolerancia? ¿Es éste realmente el panorama de la convivencia ciudadana? No. Al menos, no necesariamente. Es, más bien, un asunto de orden, entendido éste como ritmo y armonía, en las relaciones. Porque "la relación no es una abstracción, es un hecho cotidiano, un hecho de todos los días. [...] Y si no hay orden en esa relación entre uno y otro, entre uno y muchos, crearemos una cultura que finalmente producirá desorden, tal como está ocurriendo ahora" (Krishnamurti, 1996b, pg. 16). Claro que no nos estamos refiriendo a una cuestión legal y policial de orden público, sino, muy al contrario, de un nivel adecuado de lucidez que permita de forma natural convertir la convivencia ciudadana en oportunidad.

1.3. Espacios de encuentro

El aprendizaje está basado en la experiencia, lo cual equivale a una amplitud progresiva de la conciencia. El ser humano desarrolla su campo de experiencias y aprendizaje en las relaciones, sin las cuales la limitación de posibilidades para un crecimiento personal sería muy determinante. En la relación – experiencia no está implícita la reacción, que depende en gran medida del posicionamiento de cada individuo ante sus retos o experiencias personales que, a su vez, quedan determinadas por nuestra actitud interior, por la idea o imagen que nos hacemos de nuestro propio 'yo'. El "eje yo-experiencia" y el "yo-idea" son elementos "estructurales" de la personalidad (Blay, 1992, pgs, 198-213). Parece que la reivindicación individualista de una identidad pensada condiciona enormemente la incorporación de las experiencias al aprendizaje, lo que, en multitud de ocasiones, puede consolidar una actitud más defensiva que participativa.

En un nivel mental personal, ego-centrado, dinamizado fundamentalmente por deseos y temores, los procesos mentales "adolecen necesariamente de una gran tendenciosidad y limitación. El propio sujeto raramente se da cuenta del cambio de la actitud mental serena y objetiva a la del pensamiento ego-centrado" (Blay, 1992, pgs 23-24). La convivencia multipolar que tiene lugar en las ciudades es un estímulo muy enriquecedor, pero está incidiendo continuamente y con intensidad en esas pulsiones que, según comprobamos en un nivel muy básico de observación, conducen a estados de tensión muy acentuados en los que parece predominar un cierto estado de temor o desconfianza.

"En tanto el cerebro se encuentra preso en ese patrón del miedo, su funcionamiento es limitado y, por ende,

nunca puede operar totalmente. En consecuencia, si la humanidad ha de sobrevivir completamente como una comunidad de seres humanos, y no como un conjunto de máquinas, es indispensable que descubramos por nosotros mismos si es posible estar totalmente libres del miedo” (Krishnamurti, 1996a, pg. 64).

Aunque hay mucha literatura científica y filosófica publicada que desarrolla este tema, cada persona tiene un trabajo por hacer a partir de su propia introspección para observar y descubrir el porqué de sus miedos o temores, qué razones o mecanismos lo provocan. La comunicación mediática o interpersonal acentúa con especial énfasis asuntos o hechos relacionados con ello. ¿Por qué tanta insistencia? No es objeto principal de la reflexión que ahora nos ocupa, pero sí es un factor de una enorme importancia sobre el que sin duda hay que investigar para esclarecer uno de los elementos más importantes que influyen en nuestros sistemas de convivencia ciudadana.

Y junto al recelo o temor que nos mantiene en un grado de tensión estéril y quizás innecesario, podemos observar también otro condicionante peculiar de la gran ciudad como espacio de encuentro: su artificio o alejamiento de la naturaleza de la que, sin ningún tipo de dudas, todos formamos parte. La ecología de la ciudad, es decir, la tipología de relaciones que configura nuestra experiencia urbana, es tanto el resultado de la interacción personal como de la influencia del entorno.

2. Interacciones ciudadanas

¿Por qué no vivimos la ciudad y nos vivimos en la ciudad del mismo modo en que vivimos la naturaleza y nos vivimos en la naturaleza? La fragmentación y las tensiones parecen aumentar enormemente cuando nos alejamos del medio natural. Sin embargo, hasta tal punto han llegado a distanciarse los ámbitos urbanos de los naturales que hay muchos ciudadanos que se reconocen y autodefinen como urbanitas porque se encuentran incómodos en la naturaleza. O bien se aburren o se sienten molestos. Es decir, huyen de su propio origen y esencia hacia medios artificiosos, encuentran un paradójico sosiego, o quizás más bien, adormecimiento, en lugares y experiencias que les alienan de sí mismos. Al que esto escribe le parece una demencia que haya familias que prefieran emplear su tiempo libre en pasear por centros comerciales y no en disfrutar de la vegetación y de la calma en parques o espacios naturales con los que todas las grandes ciudades cuentan en su propio espacio o en sus proximidades. Claro que también puede resultar demencial en muchos casos el uso de la televisión o de otros estímulos electrónicos como herramientas para matar el silencio, el espacio natural de encuentro con un mismo. El ruido y la densificación de estímulos son, pues, una escapatoria para muchos. ¿Escapando de qué? ¿Se trata de algún tipo de ‘horror vacui’ arraigado en la mentalidad de multitudes de individuos de las sociedades modernas? “El silencio de la naturaleza, sobre todo, no deja indiferente. Suscita reacciones opuestas: de apacible felicidad en los que se bañan en el mar del silencio, y de ruidosas manifestaciones en los otros que desean dejar constancia de su presencia, apropiarse de su espacio y ahuyentar las amenazas” (Le Breton, 2006, pg. 117).

Según parece, la densidad de estímulos e interacciones en los espacios urbanos puede ser una estruendosa agresión o una oportunidad para la huida, pero lo es sin duda también para la integración y el aprendizaje. Como venimos apuntando, se trata fundamentalmente de orientar adecuadamente la actitud desde una toma de conciencia plena del hecho vital que compartimos. Y para ello puede resultarnos de gran ayuda observar la ciudad en todos sus aspectos y dimensiones, sin necesidad de establecer comparaciones ni juicios ni de estar continuamente

adoptando reacciones de oposición: desde el detalle de algunas formas y materiales hasta la atmósfera que envuelve el espacio urbano en su totalidad; desde los ritmos y proporciones que nos ofrecen las calles y los edificios, hasta la omnipresencia inefable de la belleza en una inagotable gama de expresiones y diversidades. Los espacios urbanos contienen siempre un cierto grado de intención creativa, aunque muchos de ellos hayan sido construidos siguiendo pautas de negocio y aplicación práctica por encima de cualquier otro tipo de consideraciones. Pero el resultado acaba convirtiéndose siempre en algo vivo, porque los seres humanos que ocupan esos espacios no pueden evitar impregnarlos de su peculiar forma de ser, tanto a nivel individual como en una interacción colectiva de proximidad.

2.1. Con los cinco sentidos

Un primer punto de partida para estas observaciones son las casas particulares. Son lugares para habitar, sinónimo de vivir. Un primer escenario en el que representar el teatro de la vida. El diseño arquitectónico no siempre responde a una visión estética del espacio y de los usos domésticos, pero siempre podemos mirar con detenimiento el ordenamiento del propio espacio y de los objetos y muebles que contiene. Podemos observar la utilidad o inutilidad, comodidad o incomodidad del orden doméstico, la luz natural a través de ventanas y visillos y la iluminación artificial, por desgracia habitualmente muy mal tratada. Podemos prestar atención, en suma, a la interioridad de las casas, de la que habitamos cada día y de las que visitamos ocasionalmente, como una primera referencia de aproximación a las interacciones ciudadanas.

El espacio urbano de la vivienda se prolonga de alguna manera también en las calles, aunque al rebasar el muro que las separa muchos pierdan el sentido de que aquello es también un espacio compartido para vivir y lo use y valore como algo ajeno. Al igual que hay cierto ordenamiento en los objetos y usos de las viviendas, lo hay en la disposición y utilización de los espacios comunes. Ciertamente que el nivel de ruido y de actividades comerciales, profesionales, etcétera, reduce la intimidad en todos sus niveles, aunque no la anula, como estamos planteando. La presencia y actividad en las calles no implica una pérdida absoluta del recogimiento o de la vivencia interior, aunque sea sometida a un incremento vertiginoso de estímulos sensoriales. La geometría de las calles y de los edificios, el pulso que marcan al caminar los viandantes, las luces, formas y colores que se modifican de continuo ante nuestra mirada, los ruidos, la diversidad de gestos y posturas que añaden aún más diversidad a la ya de por sí variadísima fisonomía humana, las voces, los ruidos, los olores y sabores, los parques, los mercados, los cines, las escuelas, los templos, las noches, los silencios, ... un caudal inagotable de vitalidad y de oportunidades para la observación y para la constatación de lo diverso en los ecosistemas humanos. Un espacio de oportunidades para educar nuestra sutileza sensorial y para educar nuestra capacidad de atención.

“Jamás estamos atentos a nada con la totalidad de nuestros sentidos. Cuando uno mira una montaña, debido a su majestuosidad los sentidos operan totalmente y, por ello, uno se olvida de sí mismo. Cuando uno mira el movimiento del mar, o el cielo con la luna naciente, cuando uno está íntegramente atento con la totalidad de sus sentidos, ésta es la atención completa en que no hay un centro. Lo cual implica que la atención es el silencio total del cerebro, en el que ya no hay parloteo sino una completa quietud, un silencio absoluto de la mente y el cerebro” (Krishnamurti, 1996a, pg. 94).

¿Podemos aplicar un estado de plena atención a nuestra cotidianidad ciudadana sin establecer reacciones del pensamiento, juicios o valoraciones de forma constante? Los estímulos sensoriales en la ciudad son muy ricos e

intensos, una provocación permanente. Ocasionalmente los percibimos en un estado de caos, pero muchas otras veces constatamos que pueden ser integrados en una vivencia tranquila y alegre, a pesar de su abigarramiento y sus armonías frecuentemente disonantes. Pero la disonancia también es música, como lo es el silencio. ¿De qué depende, pues, que seamos capaces de estar plenamente atentos sin conflicto ante la abrumadora excitación sensorial de las grandes ciudades? ¿Sólo del medio? Es evidente que no, aunque puedan encontrarse en él los más importantes retos y las mayores dificultades.

2.2. Espacio y tiempo

El predominio de la verticalidad, muchas veces abrumadora, en nuestro campo visual puede condicionar nuestro psiquismo y nuestro ánimo. Es cierto también que no podemos salvar obstáculos y dificultades en muchos lugares de la ciudad para ver el horizonte, o incluso para percibir la sensación de amplitud espacial del cielo, y esto atrofia nuestra visión lejana, además de incidir en nuestra mentalidad y de provocar algunas consecuencias de tipo psicológico. Pero para salvar esta limitación podemos encontrar miradas alternativas: podemos entonces prestar especial atención a los detalles visuales. O a los detalles sonoros. Probablemente los ruidos urbanos son casi omnipresentes y dejan poco espacio al silencio físico, pero podemos aprovecharlos para prestar especial atención a las peculiaridades de esa extraña musicalidad urbana. No es fácil tropezarse con jazmines o azahares en las calles de Madrid, pero los olores se mueven y cambian constantemente con el aire a nuestro paso. Es más difícil, sin duda, volcar toda nuestra atención, con los cinco sentidos, en los estímulos urbanos que en la majestuosidad de las montañas. Y puede parecernos que en la mayoría de los casos no merece la pena. Quizás haya también una cierta predisposición al aislamiento o a la actitud defensiva ante determinadas agresiones sensibles en la vivencia ciudadana. Pero, ya lo hemos advertido, no se trata aquí de establecer juicios ni comparaciones. Caminar por la Gran Vía es una sinfonía sensorial. Pasear por el Parque del Retiro también. Son distintas, pero no excluyentes. El organismo urbano es muy complejo, y en todas sus funcionalidades orgánicas muestra una gran diversidad de gestos y maneras. La gestión de los espacios y actividades urbanas es, por lo tanto, una tarea de enormes dificultades y responsabilidades. Pero no depende sólo de las gestiones públicas que Madrid, como las demás grandes ciudades, sea más humana, más habitable. Es también nuestra capacidad de observación la que debe perfeccionarse, son nuestras formas de ser, estar y mirar las que deben adaptarse a las diferentes realidades. La actitud contemplativa reside en quien contempla y no tanto en lo que es contemplado.

Con todo esto no queremos decir que no haya errores, injusticias o auténticas barbaridades en el diseño y funcionamiento de las grandes ciudades. Tampoco que haya que ignorar lo deficiente ni mirar hacia otro lado. Estamos sencillamente centrando la reflexión en la posibilidad de crecimiento personal del ciudadano en la gran ciudad y en cuestionar si lo urbano es necesariamente contradictorio con lo espiritual, que a nuestro juicio no lo es. Toda vivencia nos desarrolla interiormente si somos capaces de vivirla desde una posición adecuada, lúcida, positiva, creativa. La música es un juego de infinitas combinaciones diferentes de sonidos y silencios, de intensidades, de formas, armonías y ritmos. También de movimientos y velocidades, de pulsos y duraciones por unidad de tiempo. Se puede ejecutar o disfrutar una música ágil y rápida, una dramática e intensa, o una lenta y lánguida desde una misma actitud serena y despierta, sin modificar la quietud y la lucidez a nivel interior. Algunas imposiciones del espacio urbano, sin embargo, no facilitan las actitudes sutiles. Es el caso de la prisa, y de los estados de ansiedad y estrés que conlleva. La velocidad física se mide en unidades de espacio partido por tiempo. Las grandes distancias y la escasez de tiempo provocan una aceleración enfermiza. Alguno de esos factores debe cambiar, si no los

dos a la vez. Adecuar el tiempo al espacio, y viceversa, es una manera de hacer música con la vida cotidiana. Sin esa adecuación no hay música posible. Quizás sea éste uno de los grandes retos a los que deben enfrentarse las grandes ciudades y los ciudadanos que las habitan. Aun así, las dificultades forman parte del aprendizaje, y es de esto precisamente de lo que estamos hablando.

2.3. Vivencia y aprendizaje

Proponemos, pues, la vida en la ciudad como si de asistir a una escuela se tratase. Y no sólo de convivencia. El “conócete a ti mismo” que presidía la entrada al Templo de Apolo en Delfos debería coronar también los arcos metálicos de señalización que encontramos a la entrada de la gran ciudad. Uno de los problemas principales de la vivencia en la ciudad es, seguramente, la fuerza centrífuga que ejerce su intensidad y densidad sobre el psiquismo de los ciudadanos, la capacidad de enajenarlo. Se trata de observar las dificultades que entraña la sobrepresión urbana y de mantener una actitud a la vez flexible y constante frente a ellas a través de la atención. La materialidad y visibilidad del conflicto puede ayudarnos a tomar conciencia de ello, a darnos cuenta, que es el primer paso (y a veces también el último) para la solución de muchos problemas. Como propuesta coherente con esa actitud no divisiva que estamos adoptando, y para no quedarnos embobados con las sombras proyectadas en el fondo de la caverna, atrevámonos a mirar directamente las cosas como son, sin intentar constantemente huir de ellas maquillando, ignorando o tergiversando lo que nos incomoda. En todo caso, como estamos diciendo, la liberación del conflicto no es externa, por muy predominante que nos parezca la exterioridad en las ciudades. Es un asunto de expansión de la conciencia, un trabajo interior, espiritual: “La conciencia abierta es liberadora. La diferencia entre el ser humano que no se siente libre y el que ha descubierto la libertad, está en esa apertura de la conciencia” (Martín, 1997, pg. 254).

Tampoco el silencio, ese ámbito sanador que muchos anhelamos, es una cualidad de los espacios que habitamos, sino un estado mental. Probablemente el único estado natural de la mente, aunque pueda parecernos todo lo contrario. “El silencio no es un resto, una escoria por podar, un vacío por llenar, por mucho que la modernidad, en su deseo de plenitud, no escatime esfuerzos para intentar erradicarlo e instaurar un definitivo continuo sonoro” (Le Breton, 2006, pg. 7). La soledad y el silencio, soportes de innumerables búsquedas espirituales (<http://www.despazio.net/textosSILENCIO.htm>), son cualidades íntimamente relacionadas con las actitudes contemplativas. Pero no se trata de silencio y soledad ambientales, como propiedades del entorno, sino más bien de una disposición psíquica, de una actitud:

“La soledad está en la mente de un hombre. Uno puede estar en el centro del mundo y sin embargo mantener una perfecta serenidad; una persona así está siempre en soledad. Otro puede estar en el bosque, y aun así, ser incapaz de controlar su mente. Entonces no se puede decir que esté en soledad. La soledad es una actitud del ánimo; un hombre apegado a las cosas de la vida no puede alcanzar la soledad, no importa donde esté. Un hombre desapegado está siempre en soledad” (Ramana Maharshi, 1984, pg.79).

‘Nosotros’ (nos-otros) implica siempre un ‘yo’ y los otros que con ese ‘yo’ se encuentran en un contexto determinado. La cuestión es el valor de significado práctico o moral que le otorgue al concepto quien lo conciba y exprese. Se trata, sin duda, de abrir espacios hacia lo transpersonal en los procesos de aprendizaje, de “trascender el ego” (Walsh y Vaughan, 1994), y de encontrar en ello una actitud integradora. Mientras vivamos la experiencia colectiva de la ciudad como una confrontación entre los caminos e intereses de cada individuo y las imposiciones

y limitaciones que ejercen los caminos e intereses de los demás, poco o nada podremos hacer para modificar y mejorar esa vivencia integrando todas las tensiones y disonancias en el proceso de aprendizaje como crecimiento personal, y consecuentemente, como crecimiento y desarrollo positivo de la sociedad. La vivencia ciudadana no debe convertirse en un ‘sálvese quien pueda’ sino, todo lo contrario, en un ejercicio enriquecedor de conexiones e interacciones multipolares. “Yo me realizo existencialmente expandiendo mi conciencia de ser, que incluye al otro” (Blay, 1995, pg. 98).

La introspección es una vía muy importante de conocimiento. Desde esa observación interior podemos integrar todo lo externo, tomar conciencia de los mecanismos artificiosos de la fragmentación, de la separación, y reivindicar, con nuestra actitud cotidiana, una forma diferente de mirar, no divisiva, integradora. “Observando la mecánica de la mente sales fuera de sus patrones de resistencia, y entonces puedes permitir que el momento presente sea. [...] Acepta; y después actúa. Acepta cualquier cosa que contenga el momento presente como si lo hubieras elegido. Trabaja siempre a favor del momento, no contra él” (Tolle, 2001, pg. 55).

Conclusiones

Las dimensiones de esta argumentación de carácter filosófico no permiten un recorrido exhaustivo y con detalle por todos los aspectos sensibles de la experiencia ciudadana en Madrid y en otras grandes ciudades, aunque resultaría a buen seguro de gran interés materializar en soportes audiovisuales algunas de las observaciones que se han apuntado en nuestra reivindicación de una actitud contemplativa. “La vida creativa se descubre contemplando. Siempre la creación se origina en la unidad. Y aunque se exprese en lo múltiple, no tiene su origen allí. El origen es único. Para ser creativos tendríamos que contemplar la unidad” (Martín, 1997, pg. 250). Los problemas y conflictos de la gran ciudad son innegables, muchos de ellos absolutamente evidentes. Pero queremos insistir en la necesidad de modificar la actitud personal, de cambiar el modo de observar y participar, y, sobre todo, el espacio de conciencia desde el que observamos, para lo cual la vivencia ciudadana constituye una muy eficaz y enriquecedora escuela. Puede parecer más sencillo avanzar en el crecimiento personal y espiritual en espacios de reposo y retiro, o en los ámbitos acogedores de la naturaleza, pero hemos planteado en este texto la posibilidad, quizás necesidad, de que los estímulos de la cotidianidad urbana se conviertan también en objetos de observación y aprendizaje, incluida la dificultad que entraña siempre la convivencia. “La integración entre nuestra vida psicológica y aquello que anhelamos como lo espiritual, está justamente en sanar nuestra visión, en colocar nuestros ojos mirando a la unidad para que nuestra conciencia se unifique” (Martín, 1997, pg. 95).

Esta limpieza de mirada y de actitud, esta toma de conciencia de la unidad, del sentido de lo común, del ‘nosotros’, puede y debe realizarse en el espacio que habitamos para modificarlo, si fuera necesario, desde dentro. Muchos optamos por salir, por cambiar de entorno, incluso en ocasiones por dejar atrás la gran ciudad definitivamente, como si de un amenazante monstruo se tratase. Pero el cambio esencial no está en ninguna de las ciudades posibles, sino en el propio corazón y conciencia de cada ser humano:

“Dijiste: ‘iré a otra tierra, iré a otra mar.

Otra ciudad habrá de hallarse mejor que ésta.

A cada esfuerzo mío, una condena escrita queda;

y mi corazón está, como un muerto, enterrado.
Mi mente hasta cuándo va a quedarse en esta consunción.
Doquiera vuelva mis ojos, mire a donde mire
los escombros de mi vida veo aquí,
donde tantos años pasé y arruiné y destruí'.
Nuevos parajes no hallarás, no hallarás otros mares.
La ciudad irá tras ti. Por las calles vagarás,
por las mismas. Y en los mismos barrios envejecerás;
y en estas mismas casas irás empalideciéndote.
Siempre arribarás a esta ciudad. A otra parte —no esperes—
no hay barco para ti, no hay camino.
Así como tu vida la arruinaste aquí
en este rincón reducido, en toda la tierra la destruiste".
Constantino Cavafis (1991, pg. 7), La ciudad.

Referencias

- Arieti, S. (1967). *The Intrapsychic Self*. New York: Basic Books.
- Blay, A. (1981). *Plenitud en la vida cotidiana*. Barcelona: Cedel.
- Blay, A. (1992). *La personalidad creadora*. Barcelona: Índigo.
- Blay, A. (1995). *Conciencia, existencia, realización*. Barcelona: Índigo.
- Bunge, M. (1985). *El problema mente-cerebro*. Madrid: Tecnos.
- Cavafis, C. (1991). *Obra poética completa* (trad. De Alfonso Silván). Madrid: La Palma.
- Jeans, J. (1932). *The Mysterious Universe*. New York: E.P. Dutton.
- Le Breton (2006). *El silencio. Aproximaciones*. Madrid: Sequitur.
- Krishnamurti, J. (1996a). *La madeja del pensamiento*. Buenos Aires: Troquel.
- Krishnamurti, J. (1996b). *Sobre el amor y la soledad*. Barcelona: Kairós.
- Martín, C. (1997). *La vida como inspiración*. Barcelona: Obelisco.
- Martín, C. (2005). *Sankara. La visión advaita de la realidad*. Madrid: Dilema.
- Maslow, A. (1971). *The Further Reaches of Human Nature*. New Kork: Viking.
- Nisargadatta Maharaj (1995). *Semillas de conciencia*. Málaga: Sirio.
- Piaget, J. (1977). *The Essential Piaget* (Gruber & Voneche, eds.). New York: Basic Books.
- Pinillos, J.L. (1969). *La mente humana*. Madrid: Salvat.
- Ramana Maharshi (1984). *Enseñanzas espirituales*. Barcelona: Kairós.
- San Juan de la Cruz (1997). *Poesía completa y comentarios en prosa*. Barcelona: Planeta.
- Talbot, M. (1986). *Misticismo y física moderna*. Barcelona: Kairós.
- Tolle, E. (2001). *El poder del ahora*. Madrid: Gaia.
- Walsh, R. y Vaughan F. (eds.) (1994). *Trascender el ego*. Barcelona: Kairós.
- Wilber, K. (1994). *Psicología integral*. Barcelona: Kairós.
- <http://www.despazio.net>

LIVE IN THE LIVING. UNA NUEVA ESCENA DE MÒSICA EN DIRECTO EN LA CIUDAD DE MADRID

Héctor Fouce

Profesor ayudante doctor

Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Avda Complutense s/n CP 28002 Madrid Tlfn: + 34 3942187 Email: hfoucer@ccinf.ucm.es

Resumen

La crisis de la industria musical ha obligado a una profunda reorganización en la que la música en directo emerge como fuente de ingresos fundamental para los músicos. Como parte de la eclosión del directo en Madrid, en los últimos años ha surgido una escena de conciertos domésticos en la ciudad, caracterizado por que los dueños de las casas asumen el rol de promotores y tratan directamente con los músicos, usando su salón como sala de conciertos en formato acústico.

En esta escena existen diversas rácticas: a veces es el dueño del piso quien contacta directamente con músicos y público, a veces simplemente pone la casa a disposición de una empresa promotora que se encarga de organizar el concierto. En cualquier caso, estamos ante una práctica típicamente contemporánea, en la que los consumidores adoptan un rol activo convirtiéndose en prosumidores.

Palabras clave

Música popular, música en directo, prosumidores, economía de la experiencia, reintermediación

Abstract

The crisis in the music industry has forced a major reorganization in which live music emerges as a source of income for musicians. As part of the direct emergence of Madrid, in recent years a scene of domestic concerts in the city, characterized by the homeowners assume the role of promoters and deal directly with the musicians, using his room as a room acoustic concert.

In this scene there are several practices: sometimes the floor is the owner who contacts directly with musicians and audience, sometimes just makes the house available to a promoter that is responsible for organizing the concert. In any case, this is a typically modern practice in which consumers take an active role by becoming prosumers.

Key words

Popular music, live music, prosumers, experience economy, remediation

Introducción

Una de las consecuencias paradójicas de la ya imparable digitalización del mundo de la cultura es que, en paralelo a la desvalorización de los soportes, se está produciendo una revalorización de las prácticas auráticas (Benjamín, 1973), aquellas en las que la presencia del artista no ha sido eliminada por un proceso de producción industrial. Probablemente ha sido el mundo de la música el espacio en el que estas redefiniciones se han notado con más intensidad: la aparición de los programas P2P agudizó la crisis de ventas de discos, y en el contexto de una fuerte reorganización de los agentes de la industria musical, la música en directo se ha convertido en el gran activo económico que articula la industria (Herschmann, 2010)

Pine y Gilmore entienden que este cambio en las industrias culturales se inserta en la consolidación de una economía de la experiencia, que es necesariamente local y localizada. Además, la reorganización de la industria musical se ha presentado, desde los puntos de vista más optimistas, como el fin de los intermediarios: el músico ya no necesita de nadie en el proceso de hacer llegar su música al público, que además ya no es simplemente receptor, sino que tiene un rol activo como miembro de una comunidad de fans. Siguiendo a Herschmann (2010, 144), habría que decir que lo que se está produciendo son nuevos procesos de reintermediación, de manera que “las empresas, grandes y pequeñas, invierten en legitimar la reintermediación: hay nuevas formas y diferentes grados de mediación en las relaciones de producción de los bienes culturales”.

Todos estos procesos de cambio se materializan en el caso de estudio que hemos escogido para este estudio: los conciertos en casas en la ciudad de Madrid. Vemos aquí como los fans se convierten en promotores y ceden sus espacios domésticos como improvisadas salas de conciertos, a veces contratando directamente al artista, a veces utilizando plataformas que se encargan de ese proceso de intermediación. Frente al concierto masivo, aquí la experiencia musical se hace más personal y se valoriza más; nos interesa reflexionar sobre cómo estas nuevas escenas, hiperlocalizadas, definen nuevos modos de hacer en una ciudad global como Madrid

Objetivos

Mi investigación se enmarca dentro de un estudio más amplio sobre prácticas culturales emergentes en Madrid, partiendo de la premisa de que la capital de España es una ciudad en transformación cada vez más asentada dentro del grupo de los que Sassen (1999) ha llamado ciudades globales. En concreto, el objetivo de mi pesquisa sobre las industrias culturales, focalizada en la industria de la música, pretende analizar la tensión entre los grandes procesos globales de transformación y las expresiones locales de esos procesos.

Metodología

La orientación general del proyecto se encuadra dentro de la antropología urbana, de modo que la metodología se basa en el trabajo de campo y en las entrevistas en profundidad.

Para este ejemplo en concreto de los conciertos caseros, estamos todavía en la fase previa a la entrada al campo: los materiales analizados aquí provienen tanto de la prensa musical especializada como de las páginas web de los grupos y proyectos involucrados en la escena. Presentamos también las orientaciones surgidas en diversas entrevistas de la investigación general, pero nos falta vivir la experiencia de participar en uno de estos conciertos bien como asistentes, bien como organizadores.

1. El fin de los intermediarios y la economía de la experiencia¹

Hablar de la crisis de la industria discográfica en la era de Internet es, a estas alturas, una obviedad. Las ventas de discos se han desplomado, las discográficas han emprendido procesos de fusión aún más acelerados que en las décadas anteriores y algunas, como EMI, languidecen a la espera de una oferta de compra. Sin embargo, la música en general goza de buena salud: se producen discos, nacen nuevas bandas, asoman estilos novedosos... La consolidación de la cultura digital han puesto de manifiesto el problemático manejo de las relaciones entre la industria del entretenimiento y sus consumidores, que se comportan como si la industria no fuese a ser necesaria nunca más (Fairchild, 2008) Una de las razones para que el público perciba la tarea de intermediación de la industria como algo innecesario es el mito del fin de los intermediarios. Hace tan sólo un par de décadas, hacer un disco y ponerlo en circulación era tarea imposible desde fuera de la industria musical: los estudios eran caros y escasos, requerían de ingenieros de sonido y productores para manejar instrumental especializado, los discos necesitaban ser producidos en fábricas y era poco menos que imposible que llegasen a una tienda sin el apoyo de una distribuidora. A día de hoy es relativamente sencillo grabar una canción en un ordenador casero, convertirla a MP3 y hacerla circular en Internet a través de sitios especializados como MySpace, Bandcamp o Herzio. El músico se convierte así en ingeniero de grabación, distribuidor de su música, promotor de sus conciertos y agente de sus propias relaciones públicas, recogiendo, al menos en teoría, las plusvalías que antes se llevaban los intermediarios. Pero, como señala el músico Abel Hernández (2011), la realidad es menos halagüeña, ya que, por una parte, la venta de discos digitales no terminan de despegar y, además no es tan sencillo acceder a sitios como Spotify, que promocionan la obra de los músicos pero reparten muy poco dinero entre ellos.

Los músicos, por tanto, han terminado por asumir que el grueso de sus ingresos vendrá a través de los conciertos, y asumen que internet es necesario en tanto asegura la formación y la renovación de sus públicos (Herschmann, 2010, 157). Desde mediados de la década anterior, los ingresos de las entidades de gestión, como la SGAE, registraron incrementos espectaculares de los derechos recaudados por ejecución de música en vivo. Apareció, además, una pujante escena de festivales de música que, si bien se ha desinflado parcialmente por la crisis, sigue haciendo que cada rincón de la geografía española tenga sus días de rock asegurados.

Este cambio del elemento central del negocio de la música, de disco al directo, puede entenderse como un ejemplo de la economía de la experiencia que definen Pine y Gilmore (1998). En un contexto en el que los servicios,

¹ Este trabajo forma parte del proyecto I+D Prácticas culturales emergentes en el nuevo Madrid (Ministerio de Ciencia e Innovación, ref. CSO2009-10780)

como antes los objetos, se han convertido en bienes de consumo, la experiencia tiene lugar cuando una compañía usa los servicios o los productos para comprometer a cada cliente individual de forma que se convierten en un evento memorable. “Los bienes de consumo son fungibles, los objetos tangibles, los servicios intangibles. Las experiencias son memorables” (Pine y Gilmore, 1998, 98). Las experiencias, desde este punto de vista, son algo inherentemente personal, se producen en la mente de una persona cuando se ha visto atrapada a nivel físico, intelectual, emocional o incluso espiritual.

Esta formulación no hace sino llevar a los libros de contabilidad un punto de vista crítico sobre nuestras culturas de consumo. Como ha afirmado Fairchild (2008, 29) comprar un disco conecta al comprador con los sistemas globales de producción y de consumo. Pero esta conexión cambia en función de cual es mi grupo social y cuáles son mis pautas habituales de consumo. Existe una dialéctica compleja entre los mecanismos de la industria que pretende imponer sus productos a los consumidores y los placeres, identidades y narrativas que la música, como material semiótico, es capaz de producir y movilizar.

Las industrias culturales deben encuadrarse, por tanto, en un campo de tensiones entre las dinámicas económicas y las culturales. Si durante años se desvalorizó toda producción cultural al evaluarla simplemente de forma negativa como un producto estandarizado de la cultura de masas, tampoco es riguroso ahora celebrar la cultura popular por sus valores y significados ignorando los entramados de intereses que subyacen a toda producción distribuida en un mercado. Más bien habría que pensar los productos de las industrias culturales como un continuo en el que unas veces el peso de los intereses económicos de los productores es mayor y en otras se imponen los valores culturales ligados a la comunidad. Herschmann propone manejar, en su análisis de la música en directo, tres conceptos interrelacionados: escenas, circuitos culturales y cadenas productivas. En las escenas hay un gran protagonismo de los actores sociales, dependen básicamente de identificaciones, afectividades y alianzas construidas entre individuos. Menos fluidos son los circuitos culturales, en los que empieza a notarse cierto nivel de institucionalidad, que va a más en las cadenas productivas, donde la individualidad y el trato informal entre actores sociales es sustituida por reglas, normas preestablecidas y contratos comerciales.

Teniendo en cuenta estos tres niveles de implicación de lo económico en lo cultural, hay que partir además de segmentar la música en directo en función de la naturaleza de las actuaciones: por un lado existen los conciertos puntuales de un grupo o un artista, normalmente grandes nombres capaces de convertir el concierto en un gran evento. Hay que considerar además los festivales, que juntan, en un espacio y un tiempo limitados, numerosas bandas y otra oferta cultural. Por último, existen las salas de conciertos y locales de música en vivo que programan actuaciones varios días por semana. Cada uno de estos tres tipos genera diferentes dinámicas y genera diferentes problemas, algunas de las cuales he delineado en un trabajo anterior (Fouce, 2009).

2. Live in the living

Hace unos años, el músico holandés Rick Treffers estaba componiendo al piano en el salón de su casa y se enamoró de la sonoridad domestica. Decidió entonces intentar repetir ese momento ofreciendo conciertos acústicos en los salones de las casas, nació así el proyecto Live in the living, con ramificaciones en Holanda, Alemania y España. En su web (LITL, 2011), Live in the living se define de esta manera:

- Conciertos de pop acústico que se celebran en salones de casas.

- En ellos participan artistas nacionales e internacionales y también músicos noveles.
- Su aforo es muy reducido: cada cita es única y el ambiente, íntimo y muy agradable.
- Nunca el público ha estado tan cerca de su artista favorito.

En la dinámica de este proyecto, una persona se pone en contacto con Live in the living y pone a su disposición el salón de su casa, que debe tener una capacidad de entre 30 y 40 personas. Pilar Sanz, directora del proyecto, es la que selecciona los 3 grupos que participarán, atendiendo a los gustos de anfitrión. Cada grupo toca más o menos un cuarto de hora, con la única condición de que la voz nunca es amplificada y, por tanto, el volumen de los instrumentos debe permitir escucharla. “Ser el anfitrión de un concierto de LITL es un honor para la gente que ama la música. Imagínate a alguno de tus artistas preferidos, sentado en tu salón, interpretando un repertorio único para ti y unos pocos invitados”, dice la web del proyecto (LITL, 2011) ¿El músico está más próximo a sus oyentes en este formato? Sin duda. Pilar Sanz defiende, en varias entrevistas, que el objetivo de estos conciertos es “focalizar la atención en la música”, eliminando los elementos disruptivos habituales de las salas de conciertos. Luka Booh, uno de los músicos que ha participado en estos conciertos, explica: “se aprecia mucho la sensación de oír tu propia voz en el aire, no a través de amplificadores o de micrófonos, y ver la reacción de la gente en directo y a 30 centímetros”. El Meister, otro de los músicos participantes, opina que estos conciertos “ofrecen una cercanía entre músicos y públicos que en otras circunstancias no tendrías, algo positivo sobre todo para quienes son muy amantes de la música”. (TVE, 2010)

Pero esta cercanía física y anímica no implica que entre músico y oyentes no haya intermediarios. Como ya hemos dicho, es el propio proyecto quien selecciona y contacta con los músicos, mientras que el anfitrión tiene un rol más pasivo, pero sin duda más protagonista que en habitual concierto en una sala. Para, otro de los músicos ligados al proyecto, la iniciativa es aplaudible porque “normalmente los conciertos están montados por empresas, ayuntamientos o instituciones, y es todo muy vertical, organizado y estructurado. Pero tocar en las casas es todo lo contrario: es la iniciativa de la gente para crear una programación cultural paralela en sus propios domicilios”. Si bien la organización hace labores de contratación y de promoción, Pilar Sanz explica que “Live in the living es un proyecto colaborativo, necesitamos a gente que nos preste el salón y pedimos a los músicos que toquen por debajo de su caché habitual” (TVE, 2010).

El chico con la espina en el costado (ADN, 2011) cree que este tipo de conciertos son una consecuencia de Internet. Pilar Sanz lo secunda: “esto se organiza sobre todo a través de Internet. De hecho, si no existiera Internet no lo podríamos hacer o lo tendríamos que hacer de otra manera. Funciona mucho el boca a boca, pero sobre todo funcionan el e-mail y la página web” (TVE, 2001).

Conclusiones: los nuevos mediadores y la ciudad global

En el caso de Live in the living podemos focalizar algunas de las dinámicas que caracterizan las nuevas formas de organización de la industria cultural en los inicios de la era digital. Para empezar, la digitalización de la música es causa y efecto de cambios en el mundo offline, en los espacios de lo local y de lo tangible. Por un lado, ha sido la crisis de la industria del disco, provocada (sólo en parte) por la facilidad de intercambio y acceso a la música la que ha impulsado el renacer de la música en directo que las estadísticas culturales señalan. Y, evidentemente, la música en directo se produce a nivel local, en escenas y circuitos urbanos. Pero, de forma complementaria, este

tipo de escenas necesitan del soporte de Internet para poder existir: lo local es alimentado desde lo digital. Para que los conciertos sean un éxito y la gente acuda a los salones de las casas es preciso que la información circule con rapidez. Además, esta circulación debe circunscribirse a los interesados: llenar la ciudad de carteles supone un esfuerzo denodado que puede tener como resultado la aparición de una multitud en un espacio privado. Internet permite un notable ahorro de tiempo y la focalización de la información, pertenecer a ciertas listas de correo y participar de cierto tipo de conciertos enfatiza la sensación de comunidad. La afectividad y la identificación son, como hemos visto, elementos centrales para que se constituyan escenas musicales y culturales.

Internet se ha convertido en una herramienta que ha ayudado a cristalizar la actividad de las audiencias. En muy poco tiempo hemos pasado de discutir si las audiencias eran meros receptores pasivos a asumir que el consumo cultural en la era de Internet implica también producir los materiales y eventos culturales. El consumidor deviene en prosumidor.

Esta tarea activa de las audiencias, este paso adelante de los fans para colaborar en la producción de sus objetos de adoración, ha redefinido radicalmente el papel de los intermediarios en la cultura y en la música, pero no los ha eliminado. Simplemente, ha sustituido unos actores por otros y unas dinámicas dejan paso a otras nuevas. Puede que la discográfica ávida de dinero o el manager explotador ya no existan en estas escenas locales, pero los músicos siguen haciendo en buena medida lo que siempre han hecho: componer y tocar canciones, descargándose de las demás tareas ligadas a lo musical siempre y cuando sea posible.

Habría que preguntarse, en todo caso, si estas nuevas mediaciones pueden ser calificadas como industria cultural, en tanto su nivel de institucionalización es bajo y también lo es su afán de lucro. En 2000, Andy Grove, fundador de la compañía Intel, señalaba que “estamos atravesando el mayor periodo de creación de riqueza desde el Renacimiento, pero es preciso que nos preguntemos si estamos creando valor” (cit. en Santini, 2006, 97).

Riqueza y valor son dos magnitudes abstractas que pueden relacionarse con dos tipos de actividades sociales: ocio y trabajo. Como Richard Florida (en Christensen, 2007) defiende, hoy día es cada vez más difícil diferenciar cuando uno está trabajando de cuando no lo está, y esa parece ser uno de los rasgos que definen a las nuevas clases creativas. Queda pendiente someter a crítica las ganancias y pérdidas de estas distinciones que hasta ahora han articulado nuestra cultura.

En esta línea, cabe preguntarse por las implicaciones que la existencia de una iniciativa como la analizada puede tener en Madrid en tanto ciudad global o urbe creativa. Cabe recordar que las escenas musicales alumbradas en la ciudad de Madrid en las últimas décadas (la movida, el sonido Malasaña, el indie de los 90) se han caracterizado por una ética heredera del punk, del *do it yourself*. Cada una de estas escenas ha producido sus discográficas y locales de conciertos desde dentro, de la mano de fans y músicos (Fouce, 2006). Las escenas madrileñas han reinventado su industria musical en cada reencarnación. Las dos grandes novedades que aporta *Live in the living* (tomado como mero ejemplo de una escena que no se circunscribe a este proyecto) son el uso de los nuevos medios de comunicación y sus conexiones internacionales, ya que el proyecto nace en Holanda y tiene una rami-ficación germana. Esta forma de construir redes de ciudades, circuitos que conectan escenas impulsadas por las clases creativas, es probablemente un rasgo de las ciudades globales.

Como se señaló en el capítulo metodológico, la investigación está en la fase de inicio de la entrada en el campo. Hasta ahora hemos sido capaces de delinear algunos rasgos que caracterizan las nuevas industrias culturales, pero es necesario profundizar más e la mano de la etnografía. Nos interesa saber cuáles son las motivaciones

de los anfitriones de los conciertos, como construyen sus relaciones con los asistentes, con los músicos y con el proyecto. Necesitamos conocer cómo capitalizan los músicos estos conciertos en términos profesionales. En resumen, queda camino por delante para confrontar algunas de las formulaciones teóricas con las experiencias de los participantes.

Referencias

Benjamin, W: (1973) “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en Discursos interrumpidos. Madrid. Taurus.

Christensen, K (2007) “Richard Florida: La era de la creatividad” Harvard Deusto Bussiness Review, diciembre 2007

Fairchild, C. (2008) Pop idols and pirates. Mechanisms of consumption and the global circulation of popular music. Ashgate

Fouce, H. (2006) El futuro ya está aquí. Madrid: Velecío.

Fouce, H. (2009) Culturas emergentes y nuevas tecnologías en España. Prácticas emergentes en la música digital. Madrid: Fundación Alternativas

Hernández, A. (2011) “Y luego dicen que esto es fácil: Desfaziendo algunos entuertos” La columna del aire, http://www.elcultural.es/blogs_fecha/La_columna_de_aire/19/3/2011 [acceso: 15/09/2011]

Herschmann, M. (2010) Indústria da música em transição. São Paulo: Estação das letras e cores

LITL (2011) <http://www.liveintheliving.nl/index.php?116>

Pine, J. and Gilmore, J. (1998). “Welcome to the economy of experience”. Harvard Business Review, july-august 1998

Santini, R.M. (2006) Admirável chip novo. A música na era da Internet. Rio de Janeiro: Epapers.

Sassen, S. (1999) La ciudad global. Buenos Aires: Eudeba

TVE (2010) Nube de tags. 26/04/2010

LA CIUDAD SOLIDARIA

Los servicios sociales
en la ciudad



LA VISIBILIDAD Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS SOCIALES EN EL ÁMBITO URBANO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Adolfo Baltar Moreno

Estudiante de doctorado del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II, Universidad Complutense de Madrid.

adolfoaltarmoreno@gmail.com Tfno: 646645514

Resumen

La visibilidad de los servicios sociales públicos se desvela como uno de los elementos que ofrece una imagen más solidaria, amable y comprometida de las ciudades. Difundir servicios sociales no supone únicamente informar, sino también prevenir, sensibilizar y hacer partícipe a la ciudadanía de la importancia de la inversión pública en materia de protección social, cuyos resultados y beneficios sociales pasan desapercibidos en muchas ocasiones.

¿Cómo se están difundiendo en la actualidad los servicios públicos en nuestras ciudades? Esta comunicación muestra los resultados parciales de una investigación

de tesis doctoral sobre la difusión y promoción del sistema público de servicios sociales en nuestro país. Concretamente presentamos los datos más significativos de una de las herramientas de investigación utilizadas en esta tesis, un cuestionario dirigido a los responsables de servicios sociales de atención primaria de los municipios urbanos y semiurbanos de la Comunidad de Madrid.

El análisis de los resultados permite describir una situación y teorizar acerca del valor que las Administraciones locales están otorgando a la visibilidad de su propia acción social.

Palabras clave

servicios sociales; municipalismo; comunicación social; marketing de servicios; políticas sociales.

Abstract

The visibility of the social public services appears as one of the elements that offers a more solidary, nice and engaged image of the cities. Spreading social services means not only reporting, but also anticipating, sensitizing and promoting citizenship participation into the importance of the public investment in social protection, which results and social benefits happen unnoticed in many occasions.

How are public services being promoted at present in our cities? This paper shows the partial results of

research based on the diffusion and promotion of the Spanish public system of social services in. We present the most significant information of one of the tools of investigation used in this research, a questionnaire directed to the persons in charge of social services of primary care of the urban and semiurban municipalities of the Region of Madrid.

The analysis of the results allows to describe a situation and to theorize over the values that the local Administrations are granting to the visibility of his own social action.

Keywords

social services; municipalismo; social communication; marketing of services; social policies.

Introducción

Las Administraciones locales tienen un papel protagónico en la construcción de la cohesión social en las ciudades contemporáneas. Entre sus diversas competencias está la de ser el principal eje vertebrador de la acción social, siendo las instituciones públicas más cercanas a la ciudadanía y a sus problemas cotidianos. La acción social llevada a cabo por dichas Administraciones se articula a través de los denominados servicios sociales municipales.

La visibilidad de estos servicios se presenta como un elemento que otorga a las ciudades una imagen más solidaria y comprometida con los problemas y necesidades de su ciudadanía, además de reportar beneficios tanto a la propia ciudadanía, como al propio sistema y a las Administraciones públicas que lo desarrollan.

Objetivos

Los datos que presentamos a continuación son una parte de una investigación más amplia destinada a convertirse en tesis doctoral. En ella pretendemos identificar las relaciones que existen entre el nivel de conocimiento actual de los servicios sociales públicos por parte de la ciudadanía y la difusión que se está haciendo de ellos desde las Administraciones públicas.

La metodología de la investigación ha consistido en el empleo de tres herramientas de recogida de información –además del obligado análisis documental- de diferente naturaleza basadas en la percepción y las imágenes que se hacen los propios agentes institucionales de la difusión que vienen realizando desde sus instituciones: una serie de entrevistas semi-estructuradas dirigidas a una serie de expertos en servicios sociales, comunicación pública y marketing de servicios públicos, un grupo de discusión conformado por técnicos de servicios sociales municipales y un cuestionario dirigido a responsables de servicios sociales municipales de la Comunidad de Madrid.

Con esta comunicación presentamos la información más relevante que se desprende del análisis de los datos recogidos a través del cuestionario a los responsables municipales de servicios sociales.

Metodología

El objetivo del uso de esta herramienta de investigación ha sido el de complementar la información aportada por las otras dos herramientas utilizadas en la investigación para poder establecer un diagnóstico sobre la propia difusión del sistema público de servicios sociales que están llevando a cabo en la actualidad las Administraciones públicas.

El cuestionario se dirigió a las personas consideradas por los propios ayuntamientos como los responsables de los servicios sociales municipales (por lo tanto han participado en el mismo concejales, directores y coordinadores de las áreas y departamentos de servicios sociales). El trabajo de campo fue realizado entre los meses de abril y julio del año 2010.

El universo estuvo conformado por el conjunto de ayuntamientos mayores de 20.000 habitantes de la Comunidad de Madrid encargados de producir y gestionar los servicios sociales de atención primaria desde sus respectivos municipios (31 en el momento que se lanzó el cuestionario).

El cuestionario estuvo compuesto por un total de 23 cuestiones que incluyeron, a modo de indicadores descriptivos, preguntas mayoritariamente cerradas (entre ellas preguntas dicotómicas y preguntas categóricas de elección múltiple y de escala) en torno a diversos bloques o categorías referidos al proceso de elaboración de la difusión de los servicios sociales municipales.

La metodología escogida para analizar los datos obtenidos ha sido el modelo estadístico simple, acudiendo al uso de medidas no paramétricas y señalando para cada respuesta datos como la mediana y la moda, determinando frecuencias, porcentajes y desvelando relaciones significativas entre diversos indicadores.

1. Planteamiento general

1.1. Los servicios sociales generales: los servicios sociales de las ciudades

La legislación vigente en la actualidad en materia de servicios sociales establece la competencia de los municipios españoles mayores de 20.000 habitantes de la prestación de los denominados servicios sociales de atención primaria (quedando la atención especializada en el nivel autonómico). Estos servicios, también denominados generales o comunitarios, tienen por tanto una naturaleza municipal y sin ser exclusivamente urbanos, desarrollan gran parte de su acción en el ámbito urbano.

Los servicios municipales tienen una importante misión al ser la puerta de entrada al sistema público de servicios sociales, uno de los sistemas de protección social del Estado español.

Consideramos que la difusión de estos servicios es una parte fundamental de la difusión del propio sistema público de servicios sociales: contar a la ciudadanía que existe un sistema público (por tanto financiado por sus propios impuestos) estructurado legislativa, financiera y organizativamente en torno a las Administraciones públicas, cuya finalidad es hacer frente a los problemas y necesidades sociales y al que puede acceder cualquier ciudadano en determinadas circunstancias.

El hecho de que la prestación de los servicios sociales de atención primaria repose en la Administración local (a través de los ayuntamientos, mancomunidades y otras formas de organización administrativa de tipo local) supone que, ante la ausencia de otro mandato, son las Entidades Locales quienes adquieren la responsabilidad de difundir en sus territorios el sistema mediante la propia difusión de este recurso, los servicios sociales municipales.

1.2. El sistema público de servicios sociales: desconocido y confuso

El término servicios sociales suele asociarse de manera habitual (especialmente en los discursos políticos y mediáticos) a otros sistemas de protección social pública (especialmente con los referidos a la sanidad, las pensiones y la educación), empleándose una concepción amplia del concepto. Sin embargo, los servicios sociales en sentido

estricto tienen una especificidad propia y unos objetivos diferentes a los del resto de sistemas.

El sistema público de servicios sociales aborda necesidades y problemáticas a los que los otros sistemas no llegan, a través de acciones de prevención, intervención, integración, rehabilitación y participación social configuradas en torno a unos servicios determinados. Podríamos explicar (de manera muy resumida) que el principal objetivo del sistema es el de garantizar la cohesión social, ejerciendo una protección sobre los miembros y sectores de la sociedad que se encuentran en riesgo o en situación de exclusión social y favoreciendo su inclusión.

Los servicios sociales públicos que nacen con la democracia tienen vocación universal, es decir, se dirigen hacia toda la ciudadanía a partir de la idea, comúnmente aceptada, de que cualquier persona (independientemente de su clase social, de su edad, de su género, etc.) puede necesitar en algún momento de su vida de estos servicios. Esta idea de universalidad supuso una superación de la propia concepción y filosofía de la atención social pública en España que, históricamente, había estado dirigida a colectivos desfavorecidos muy concretos a través de la beneficencia pública: los pobres, los enfermos psiquiátricos, los inválidos¹, etc.

No obstante, y pese a su vocación universalista, estos servicios atienden especialmente y de forma habitual a colectivos vulnerables que suelen estar enmarcados en diversas áreas de actuación: Personas Mayores, Personas con Discapacidad, Familia e Infancia, Menores en riesgo, Personas Dependientes, Minoría Étnicas, Personas sin Hogar, Víctimas de la Violencia de Género, Personas Inmigrantes, Personas con Toxicomanías...

Hoy, más de tres décadas después de la puesta en marcha del sistema público de servicios sociales, estos servicios continúan siendo unos grandes desconocidos para una gran parte de la ciudadanía. Un conjunto muy amplio de la sociedad desconoce para qué sirven los servicios sociales, qué misión cumplen en la sociedad, cuándo se puede acudir a ellos, cómo se deben utilizar, dónde se encuentran. Según los últimos estudios de los que disponemos, el porcentaje de la ciudadanía que conoce los servicios sociales públicos no llega al 50% de la sociedad², si bien es un porcentaje que parece ir en aumento. Este nivel de desconocimiento es especialmente elevado en los municipios megarurbanos³, es decir, en las grandes ciudades.

1. 3. ¿Cómo se están difundiendo los servicios sociales entre los ciudadanos?

Partiendo de esta situación nos interrogamos sobre qué están haciendo las Administraciones públicas encargadas de su prestación para difundir y promocionar dichos servicios y el propio sistema entre la ciudadanía.

Al ubicarse los servicios sociales de atención primaria (que suponen la puerta de entrada al sistema) en el ámbito de actuación de las Administraciones locales, nos hemos dirigido a ellas a través de un cuestionario dirigido a las personas que ostentan la responsabilidad de la producción de estos servicios, mediante el cual hemos analizado una serie de elementos concernientes a la difusión de los servicios sociales municipales.

1 Términos utilizados históricamente para referirse a unos colectivos determinados, hoy felizmente superados. A este respecto es útil consultar la imprescindible Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación (Fernández Iglesias, 2006)

2 Marcuello Servós y Gutierrez Resa (2008)

3 Informe EDIS (2000)

Mediante este análisis pretendemos obtener, a partir de las percepciones de los propios productores de los servicios sociales municipales, una serie de características que contribuyan a definir el modelo actual de difusión de los servicios sociales públicos y comprobar cómo es la visibilización actual de estos servicios en las ciudades.

3. Análisis de los datos del cuestionario

3.1. Perfil general de los resultados

El número de ayuntamientos que han participado en la realización del cuestionario a través de sus responsables ha sido de 204. Un número que supone un 65% del universo total de los municipios a quienes se dirigió el cuestionario (31), prestando los ayuntamientos participantes estos servicios a un porcentaje del 79% de los habitantes censados entonces en la Comunidad de Madrid⁵.

Los municipios estaban regidos en aquel momento por opciones políticas diversas: 12 municipios estaban regidos por el Partido Popular (PP), 2 municipios regidos por el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y 6 municipios gobernados en coalición entre el Partido Socialista e Izquierda Unida (IU)⁶.

Así mismo, y de cara al análisis, establecimos una tipología en torno al número de habitantes de cada municipios: Municipios semiurbanos (de entre 20.001 a 50.000 habitantes), municipios urbanos medianos (de entre 50.001 a 100.000 habitantes) y municipios urbanos grandes (a partir de 100.001 habitantes).

A continuación presentamos los datos más importantes que se derivan del análisis del cuestionario en torno a los bloques temáticos principales.

3.2. Responsabilidad del proceso de difusión

La producción de los servicios sociales municipales se ubica en los departamentos o áreas municipales destinados a tal efecto. La denominación de estas áreas difiere prácticamente en la totalidad de los municipios. Las expresiones más utilizadas para señalar su ámbito de actuación son Servicios Sociales, Bienestar Social, o Asuntos Sociales. A estas expresiones se les añaden habitualmente otras que expresan diversos aspectos que han sido y son objeto de atención de los servicios sociales: Familia, Mayores, Inmigración, Igualdad, Mujer, Integración Social o Juventud.

No ocurre lo mismo con la responsabilidad del proceso de difusión de estos servicios una vez que están listos para ser ofrecidos al público. Los datos muestran cómo en cada municipio la última decisión sobre la manera de llevar a cabo la difusión (contenidos, destinatarios, técnicas y emplazamientos a utilizar, calendarización de las acciones, etc.) difiere enormemente, no existiendo un modelo único y sí diversas combinaciones. Cuando los servicios

4 Alcalá de Henares, Alcobendas, Alcorcón, Boadilla del Monte, Ciempozuelos, Collado Villalba, Colmenar Viejo, Coslada, Fuenlabrada, Getafe, Leganés, Madrid, Majadahonda, Mejorada del Campo, Móstoles, Pozuelo de Alarcón, Rivas-Vaciamadrid, San Sebastián de los Reyes, Tres Cantos y Villaviciosa de Odón.

5 Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) (2010).

6 Con la salvedad del municipio de Coslada, gobernado en aquel momento por estos dos partidos y la Plataforma de Izquierda de Coslada (PIC)

sociales municipales iniciaron su andadura a finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, los equipos de servicio solían ser los últimos responsables de la difusión que se hacía a los ciudadanos⁷. Hoy, en los municipios de nuestra investigación, la intervención política es cada vez más significativa independientemente de su tamaño. Así mismo hay una creciente influencia de los departamentos de comunicación a medida que los municipios crecen de tamaño. Los equipos técnicos, si bien tienen una presencia activa muy importante, parecen haber ido perdiendo protagonismo en la responsabilidad de la difusión, en favor de los intereses políticos y comunicativos de los propios ayuntamientos.

3.3. Enfoques y destinatarios

Los resultados del cuestionario muestran un equilibrio entre los municipios que dirigen sus acciones comunicativas hacia el conjunto de su ciudadanía (es decir, un enfoque universalista) y los que la dirigen a sectores específicos de ciudadanos (solamente tres municipios afirman hacer uso de una combinación de enfoques), si bien hemos identificado una ligera tendencia a enfocar cada vez más la difusión hacia sectores concretos de los municipios (enfoque por sectores).

Estos resultados se apoyan además en las opiniones expresadas por los responsables, en las que sostienen que las necesidades presupuestarias les inclinan a llevar a cabo este tipo de enfoque, tanto para rentabilizar los esfuerzos comunicativos como para poder atender las necesidades sociales de sus municipios de forma más eficaz en función de sus recursos. Se ha hecho continuamente referencia por parte de muchos de los responsables al miedo a ser desbordados por el aumento de una demanda que sería imposible de satisfacer, máxime en un contexto de crisis económica en la que los recursos parecen menguar y los usuarios potenciales de estos servicios aumentar.

Así, los destinatarios de las acciones de difusión en los municipios participantes parecen tender, cada vez más, a ser los propios usuarios directos de esos servicios y colectivos ya definidos de los mismos (principalmente Mayores, Dependientes, Inmigrantes y Víctimas de la violencia doméstica), así como otros públicos potenciales de los servicios sociales, si bien estos últimos en menor medida. De cualquier forma, todavía la mitad de los municipios sigue dirigiendo sus acciones de difusión a la ciudadanía en general.

3.4. Objetivos de la difusión

En cuanto a los objetivos de la difusión de los servicios, el objetivo que ha sido mayoritariamente señalado como prioritario en la difusión de los servicios sociales en los municipios es el de difundir la existencia de los servicios entre la ciudadanía. Pero otros objetivos también han sido identificados como importantes: prevenir el riesgo social en el municipio, fomentar su uso, y dar a conocer la labor del ayuntamiento.

Estos objetivos han sido señalados en detrimento de otros como visibilizar los servicios, sensibilizar, interactuar con la ciudadanía, fomentar la participación social o mostrar los beneficios sociales de estos servicios.

Queremos ver en estos datos un predominio del uso de la función informativa en la comunicación de los servicios sociales frente a otras⁸. De la misma forma, los datos también nos hacen pensar en la existencia de una

⁷ García Herrero y Ramírez Navarro (2001)

⁸ En una comunicación anterior presentada en la edición anterior de este mismo Congreso (Baltar Moreno, 2009) ex-

función política de dicha comunicación. También observamos cómo una de las funciones que tienen atribuidos los servicios sociales de atención primaria, la de la promoción de la participación social, no aparece identificada dentro los objetivos prioritarios de difusión.

3.5. Contenidos difundidos

En cuanto a los contenidos que se difunden desde los servicios sociales municipales, los mensajes que más presencia tienen en los municipios de la encuesta incluyen mayoritariamente información sobre la forma de acceder a los servicios, la utilidad y la razón de ser de los mismos, y también la difusión de los equipamientos sociales (especialmente los Centros de Día y las Residencias de Mayores)

Otros contenidos como la sensibilización ciudadana o la posibilidad de participación ciudadana en los servicios tienen una mucha menor presencia, al no ser objetivos prioritarios de difusión.

Así mismo, los responsables consideran de forma mayoritaria que los contenidos de la difusión que están realizando sí se adecuan tanto a sus propias estrategias de prestación, así como a los públicos a quienes se dirigen.

En cuanto a los servicios más difundidos, hemos podido confirmar un hecho que había sido expresado en el grupo de discusión por los técnicos municipales de servicios sociales: unos servicios sociales determinados, dirigidos a colectivos específicos, se difunden más y más frecuentemente que otros.

Así, entre los servicios que más se difunden en la actualidad desde los municipios participantes, encontramos en primer lugar aquellos dirigidos a Mayores, a los que sigue la difusión de los equipamientos de servicios sociales y los servicios relacionados con la Ley de Dependencia. Tras estos servicios aparece la difusión de los servicios relacionados con la Inmigración y los que se llevan a cabo para abordar el Maltrato Doméstico (si bien muchos de estos servicios han sido asumidos en los municipios por otros departamentos especializados en estas problemáticas, como por ejemplo ocurre con los servicios juveniles en las áreas de Juventud, las áreas de Mujer o los departamentos de Inmigración, etc.)

Una menor difusión parecen tener los servicios dirigidos a Personas con Discapacidad, los servicios destinados a Familia y Menores y los servicios de Juventud. Finalmente, los servicios para hacer frente a problemas de alcoholismo o drogodependencias, los servicios de Emergencia Social y los de Reinserción Social han sido relegados a las últimas posiciones en cuanto a su difusión. La difusión de los servicios de participación social es bastante menor.

3.6. Técnicas y emplazamientos empleados

Las técnicas más utilizadas en la actualidad para difundir los servicios sociales municipales se caracterizan por provocar un tipo de comunicación más personal y directa que masiva, según se desprende de los datos del cuestionario. Entre ellas encontramos las entrevistas profesionales entre técnicos y usuarios, el uso del email y del teléfono y los espacios de encuentro entre instituciones y entre profesionales. Solamente el uso más o menos frecuente de material impreso (cartelería, folletos), fruto de campañas esporádicas, rompe esta tendencia. He-

poníamos otras de las funciones que cumple la difusión de los servicios sociales en las ciudades (además de la ya mencionada función informativa): la de sensibilización social y la de interacción con la ciudadanía.

mos podido comprobar cómo la denominada comunicación boca a boca o interpersonal tiene una extraordinaria importancia en la difusión de los servicios sociales.

El uso de técnicas dirigidas al público en general están presentes en un grado menor, y en él se incluyen herramientas como los sitios Web municipales, a través de las páginas de servicios sociales. También se mencionan los espacios de encuentro con el ciudadano (charlas informativas, reuniones, presencia en ferias, etc.) La señalética urbana relacionada con los servicios sociales suele estar presente en proporción al tamaño de los municipios. Los medios de comunicación locales y las publicaciones propias o municipales también son empleadas para difundir los servicios pero en un grado menor. No hay tampoco un uso frecuente de actividades específicas de promoción de estos servicios.

Entendemos que la primacía de técnicas de alcance reducido guarda una estrecha relación con la necesidad de dirigirse a públicos más concretos (usuarios, profesionales o instituciones) que a la ciudadanía en general y, además, hacerlo con la falta de recursos que acusan los servicios sociales, lo que limita el acceso y por tanto su difusión.

En cuanto a los emplazamientos utilizados para difundir los servicios, los resultados muestran que esa difusión tiene lugar de manera casi exclusiva en los propios equipamientos de servicios sociales y en las oficinas municipales. Hay otros lugares secundarios en los que se emplazan carteles, folletos u otro tipo de herramientas, aunque en un grado menor: centros de salud, asociaciones, Ong's de los municipios y sitios Web de los ayuntamientos. Por último, con una frecuencia bastante menor, se utilizan otros emplazamientos como carteles y vallas, centros educativos y oficinas de empleo.

Estos resultados revelan algo que ya argumentaban algunos expertos en las entrevistas exploratorias, y es que los mensajes elaborados por los servicios sociales municipales para comunicarse con la ciudadanía no suelen traspasar las paredes de los edificios municipales, y cuando lo hacen, suele hacerse en lugares donde confluyen otros servicios públicos, como los centros sanitarios.

Por otra parte, no se utilizan estrategias globales de comunicación, pero sí se piensan de forma estratégica determinados aspectos concretos como son los medios, las técnicas a utilizar o los espacios donde hacerlo. En otros aspectos como la determinación de los objetivos de comunicación o la evolución del impacto de las acciones comunicativas, el planteamiento estratégico es prácticamente inexistente.

Así, en las áreas de servicios sociales municipales participantes no se ha implantado la planificación estratégica global de la comunicación, aunque sí se suelen plantear estratégicamente, de manera irregular, algunos aspectos que deberían formar parte de esa planificación estratégica: los objetivos de difusión, las técnicas a utilizar, los tiempos...

En último lugar, los datos obtenidos en el cuestionario indican que el marketing de servicios públicos no está implantado en los servicios sociales municipales como elemento estratégico. Sí que se emplean, en cambio, algunas técnicas que forman parte de este tipo de marketing y que son utilizadas por el área de servicios sociales en la difusión de estos servicios. Sin embargo, los responsables de los servicios sociales encuestados coinciden de forma mayoritaria (y hay en esta consideración un amplio consenso en todos los municipios, en todos los niveles) en expresar que el marketing de servicios públicos debería formar parte de la estrategia de prestación de los servicios sociales de sus municipios.

3.7. Problemáticas que afectan a la difusión

En cuanto a las problemáticas que más afectan a la difusión de los servicios sociales municipales entre la ciudadanía, los responsables de nuestra muestra han señalado en orden de importancia los siguientes:

La estigmatización y los prejuicios existentes sobre los servicios sociales, una problemática que es común en todas las tipologías de municipios.

La falta de información o desconocimiento de la ciudadanía sobre qué son, dónde están y cómo acceder a los servicios.

Problemas de índole económica: Carencia de recursos para destinar a la comunicación (una problemática que aparece reflejada entre los municipios pequeños y medianos de la investigación principalmente)

El tratamiento inadecuado e incluso negativo por parte de los medios de comunicación al hacer referencia a los servicios sociales (esta barrera aparece señalada sobre todo por los municipios más grandes de la muestra). El descontento es mayor según aumenta el tamaño de los municipios.

La descoordinación entre entidades públicas concernidas en la prestación de los servicios sociales públicos (descoordinación que, al igual que en la anterior, está especialmente presente en los municipios de mayor tamaño de la muestra)

Trabas burocráticas propias de la Administración pública y que están muy presentes en la prestación de los servicios sociales públicos.

En cuanto a la visibilidad de estos servicios entre la ciudadanía de los municipios, los responsables consideran de forma mayoritaria que ésta es baja o muy baja. Esta percepción negativa está más acentuada en los municipios más grandes y en los más pequeños, mientras que en los municipios de tamaño mediano (los municipios de entre 50.000 y 100.000 habitantes) la percepción reflejada es más positiva. Esto sucede independientemente del color político de los ayuntamientos.

4. Interpretación de los datos

Lo que se deriva del análisis general de todos estos datos son una serie de rasgos que definen cómo es la promoción actual de los servicios sociales públicos en el ámbito urbano de la Comunidad de Madrid en base a las percepciones y opiniones de los propios responsables de los servicios sociales municipales.

Los servicios sociales públicos se están difundiendo de forma heterogénea: cada municipio decide qué comunica, cuándo y a quién se dirigen estas acciones. Así, un ciudadano de un municipio recibe una información diferente del de otro municipio. Esto produce un conocimiento desigual del sistema.

Hay una variedad de denominaciones para referirse a los servicios sociales municipales que puede ser generadora de confusión entre la ciudadanía.

La difusión de unos determinados servicios prima sobre la de otros, que quedan relegados a un segundo nivel. Este hecho contribuye a que los servicios sociales se asocien con determinados colectivos que son objeto de difusión cotidiana.

La visibilidad de los servicios sociales municipales es escasa en comparación con la de otros servicios públicos (como los servicios de seguridad, de limpieza urbana, de transporte, etc.) Un hecho significativo a este respecto es que los emplazamientos de la difusión de los servicios sociales se ubican por lo general en los propios equipamientos sociales y municipales, limitándose la posibilidad de utilizar otros emplazamientos.

Las técnicas que más se emplean en la difusión de los servicios sociales municipales se caracterizan por tener un alcance minoritario, reduciéndose la posibilidad de llegar a un número amplio de ciudadanos. Además, parece haber una preferencia por las técnicas clásicas de comunicación. El uso de las nuevas tecnologías y de los medios de comunicación (prensa, radio, t.v.) para difundir los servicios es muy limitado. El marketing de servicios públicos prácticamente no está implantado en la prestación de los servicios sociales.

Hay una tendencia creciente a dirigir las acciones de difusión de los servicios hacia sectores y colectivos determinados, en detrimento de una comunicación de tipo generalista (dirigida al conjunto de la población de los municipios). Esto puede producir desinformación en otros sectores de la ciudadanía a los que no les llega la información sobre los servicios.

Podemos destacar también que, a medida que es mayor el tamaño de cada ayuntamiento, también se necesita hacer un esfuerzo mayor de difusión de los servicios sociales y uso más variado de las técnicas y emplazamientos de comunicación disponibles.

En cuanto al trasfondo político, podemos afirmar con los datos recogidos en el cuestionario que, en líneas generales, no hay un tipo de difusión de los servicios sociales que sea el propio a una ideología u a otra. Los municipios investigados suelen enfrentarse a los mismos problemas y reflejar las mismas limitaciones en cuanto al cómo comunicarse con la ciudadanía, independientemente de la orientación política de sus respectivos municipios, reflejando una disparidad de estrategias y de usos tan amplia como lo es la muestra de municipios participantes.

Conclusiones

El análisis de los datos ofrece una serie de rasgos que, como característica general, evidencian cómo los servicios sociales municipales parecen estar escondidos, ocultos. Sufren de una visibilidad reducida. Efectivamente, desde las propias respuestas de los responsables municipales de servicios sociales observamos lo que podríamos denominar como una carencia significativa de mensajes comunicativos en las ciudades que traten sobre la propia acción social municipal y su intervención en los problemas sociales de los municipios.

No parece existir un esfuerzo notable en dar a conocer estos servicios al conjunto de la ciudadanía por parte de las Administraciones locales. Se identifican dos motivos principales para que esto sea así: un temor al desbordamiento de la demanda y una falta de inversión en materia de comunicación debida principalmente a problemas de índole económica. Esto impide que se estén empleando técnicas más innovadoras de comunicación para difundir los servicios y hace que se limite el alcance de la difusión, centrándose cada vez más en colectivos determinados y cada vez menos en el público en general.

Por otra parte, la gran difusión de la que son objeto algunos servicios dirigidos a determinados colectivos frente a la escasa difusión de otros, contribuye a que la estigmatización y los prejuicios que sufren los servicios sociales persistan entre la ciudadanía: “los servicios sociales son para los mayores”, “los servicios sociales son sólo para los inmigrantes”, etc.

A nivel general, lo que se evidencia es la falta de una política de comunicación del propio sistema como tal. Cada ayuntamiento difunde sus propios servicios sociales y lo hace a su manera.

La suma de estas características parece ser un argumento razonable para afirmar que el modelo actual de difusión de los servicios sociales municipales empleado por las Administraciones locales no está contribuyendo a aumentar el nivel de conocimiento que la ciudadanía tiene de los servicios sociales públicos.

Referencias

Aliena, R. (2005). *Descenso a Periferia. Asistencia y condición humana en el territorio de lo social*. Valencia: Nau Llibres-Publicacions Universitat de València.

Baltar Moreno, A. (2009). "Comunicar los servicios sociales en la ciudad creativa" Comunicación publicada en García García, F. (eds.) *Actas del I Congreso de Ciudades Creativas*. En *Icono14. Revista de comunicación y nuevas tecnologías*. Madrid. Disponible en:

http://www.icono14.net/files/actas_ccc09_vol1.pdf

Fernández Iglesias, J. L. (2006). *Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación*. Madrid: Real Patronato sobre Discapacidad y Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

García Herrero, G. y Ramírez Navarro, J.M. (2001), *Imagen y comunicación en temas sociales*, Zaragoza: Libros Certeza.

Informe EDIS (2000). *Las condiciones de vida de la población pobre desde una perspectiva territorial*. Madrid: Fundación Foessa.

Marcuello, Ch. y Gutiérrez, A. (2008). "Los servicios sociales en España". Publicado en Marcuello y Gutierrez (coords.) *Servicios Sociales. Modelos y Perspectivas*. Madrid: Ediciones Académicas.

EL IMAGINARIO SOCIAL DEL SIDA: LA ACCIÓN COMO INSTRUMENTO DE CUESTIONAMIENTO EN EL ESPACIO PÚBLICO

A lo largo de la presente comunicación vamos a exponer una revisión y reflexión sobre la construcción social del imaginario del SIDA y de cómo la acción artística en el espacio público ha supuesto tanto un cuestionamiento del mismo, generando otras representaciones visuales, como un posicionamiento crítico y activista de la ciudadanía ante los poderes hegemónicos.

Para comenzar, debemos plantearnos dos cuestiones primordiales:

¿Cuál es el imaginario del SIDA?

¿Por qué ha sido tan importante su cuestionamiento?

Cuando hablamos del imaginario del SIDA, nos referimos a las representaciones visuales que de él se han generado y que han construido y mediatizado el modo en el que percibimos, pensamos y vivimos dicho estado. Unas imágenes producidas bien institucionalmente (a partir de campañas de prevención), bien surgidas desde los medios de comunicación de masas (desde el cine, publicidad, artes visuales, etc.) que han ido creando en la sociedad un imaginario visual de la pandemia en la población, que en modo alguno ha quedado en el ámbito de lo abstracto, sino que recae directamente en la realidad cotidiana y en los cuerpos de quienes la portan, la viven o, simplemente, la alejan de sus realidades.

La pandemia del SIDA es una enfermedad que ha estado condicionada desde su descubrimiento por fuertes convicciones políticas, sociales y morales que han aportado una óptica que no se corresponde con la realidad pero que, sin embargo, han condicionado y mediatizado su experiencia, pues como todos sabemos, la enfermedad tiene también una elaboración social. Es más, el origen de las convicciones que popularmente se tienen y se han tenido sobre el SIDA, parten y se fundamentan en este tipo de planteamientos de representación visual que, lejos de quedarse estancados en la primera oleada de pánico que trajo consigo la pandemia en la década de los ochenta, ha sobrevivido hasta nuestros días estableciendo perversos tópicos, falsos mitos y falacias como si de verdades absolutas, e irremediables, se trataran.

El imaginario al que nos referimos, generado a principio de los ochenta¹ se planteó y se construyó a partir de la asociación de la pandemia con la figura del varón homosexual, con un modo de vida alejado de las normas y del parámetro de una sociedad purita supuestamente sana. Esta yuxtaposición de enfermedad, portador y estilo de vida, fue consecuencia de que los primeros síntomas se encontraran en un grupo concreto de homosexuales masculinos. Pero a estas alturas nada nos parece casual y seríamos muy ingenuos si no plateáramos dos condicionantes, a tener en cuenta en esta asociación:

En primer lugar, la fuerte oleada puritana en contra del movimiento de liberación gay², la cual veía a los homosexuales y sus prácticas como algo aberrante y merecedor de un castigo. Esta premisa condicionará, desde

el primer momento, la visión de la epidemia, influyendo incluso en el planteamiento médico de la misma: que llamó inicialmente a la pandemia “peste rosa”³. Habrá quienes crean que eso fue debido a que fue en varones homosexuales donde se dieron los primeros casos, pero de nuevo la ingenuidad nos traiciona, porque era precisamente ese prejuicio inicial el que establecía un criterio incorrecto a la hora de diagnosticar lo que hoy conocemos como SIDA.

La segunda razón por la que mantenemos que el SIDA estuvo fuertemente politizado son las estadísticas del SIDA, que en su etapa inicial están influidas por un estudio sesgado de la población: si alguien presentaba los mismos síntomas que hicieron famosa la enfermedad (Sarcoma de Kaposi, pérdida de peso, ganglios linfáticos inflamados, neumonía, etc.) simplemente se descartaba del hecho de padecerla si no era o presentaba inclinaciones y/o comportamientos homosexuales. Así se explican las estadísticas que muestran una amplia prevalencia sobre la población homosexual masculina: ya que si sólo a los homosexuales se les hacía las pruebas, sólo los homosexuales podrían ser diagnosticados.

Estos prejuicios contribuyeron a crear una visión sobre la enfermedad que encontraría rápidamente eco en los medios de comunicación sensacionalistas, que mostraban a diario imágenes de varones homosexuales padeciendo la enfermedad en hospitales, moribundos en camas, alejados de la vida y del espacio público, reclusos en el espacio de lo privado, herméticamente cerrado y silenciado, sin voz ni eco, sin a penas vida. O representados a través de sórdidas imágenes que localizan al varón homosexual en extraños clubs donde se practica sexo con otros hombres. Sin a penas luz, sin ser vistos y a escondidas, alejados de cualquier representación de la vida y en los actos públicos. Unas imágenes completamente enjuiciadas que propiciaban y alentaban a la población asociar y relacionar visualmente el SIDA como la consecuencia de un determinado tipo de vida u opción sexual, que se aleja de la heteronormatividad. Visual y socialmente se castiga el no pertenecer a la heteronorma⁴, y este caso no es una excepción: Enfermo es aquel que no consigue una adaptación a las normas sociales.

A pesar de descubrir otros casos de VIH/SIDA en personas que no cumplían el reglamento de ser un varón homosexual, se continuó durante bastante tiempo, mientras se iba buscando una explicación de cómo la enfermedad contagiaba a personas que no eran varones homosexuales, acudiendo entonces al mito de las tres H: haitianos, heroinómanos, homosexuales. El estereotipo apuntaba y reforzaba al homosexual, al drogadicto o al extranjero, como el portador de la enfermedad, como enemigo contra el que había que defenderse y cuya forma de vida y pensamiento era motivo de destierro. Y este imaginario, de una forma u otra, ha pervivido en las representaciones visuales de la enfermedad en nuestros días, estableciendo una absurda relación entre modos de vida y la enfermedad.

(Selección de imágenes, desde los 80 hasta la actualidad.)

La consecuencia de este imaginario no es otra que la de crear una falta de responsabilidad a la hora de asumir la realidad del VIH/SIDA: los virus no entienden de estereotipos, de estilos de vida ni formas de pensamiento, de asociaciones mentales, ni morales. Y estos preceptos han estado presentes mayoritariamente a la hora de pensar y proponer las campañas de prevención, produciendo una no identificación por parte de la población, que, a sabiendas de la relación de la enfermedad con ciertos, mal llamados, grupos de riesgo, no se siente ni incluidos ni destinatarios de estos mensajes preventivos.

(Selección de imágenes sobre campañas preventivas)

La consecuencia es clara, determinados sectores mayoritarios de la población no se han sentido susceptibles de contraer la enfermedad, el estereotipo ha puesto en el punto de mira a homosexuales varones, drogodependientes, trabajadores/as sexuales y la población que no respondía a éstos cánones se ha descuidado y despreocupado, permitiendo el aumento de nuevos casos y el consecuente fracaso de las campañas institucionales. No pensemos que esto es cosa del pasado: la mayoría de las campañas de prevención que el Ministerio de Sanidad genera va enfocada al colectivo homosexual y aterriza directamente en la figura del varón homosexual. Las noticias sobre estadísticas también van en este sentido.⁵ Recientemente en un estudio del Ministerio de Sanidad revelaba que aproximadamente el 10% de los portadores que no era consciente de su situación suponía una amenaza frente a nuevas infecciones por VHI: sin embargo la noticia la podemos leer al revés. Si el 10% de los nuevos casos de personas que desconocen su estado serológico son homosexuales significa que el otro 90% de las personas del estudio no eran homosexuales. Pero además, los casos entre homosexuales siguen también subiendo, evidenciando que incluso entre los grupos homosexuales existe una falta de identificación con los estereotipos propuestos. (Campañas “de hombre a hombre”(2008) “ponte una medalla” (2010) y “hablemos entre hombres” (2011))

Queda así expuesta la importancia del imaginario de la enfermedad, de las consecuencias que éste acarrea y de cómo se ha definido política, social y moralmente la imagen de la pandemia. En contraposición a todo ello, no podemos obviar, ni menospreciar, aquellas otras imágenes que, producidas desde la ocupación del ámbito público, han creado otra corriente de pensamiento de forma paralela a la institucional y han propiciado una representación activa, contestataria, enérgica y de resistencia que se contrapone a las generadas por el propio sistema.

El activismo artístico, o “artivismo”, se implicó en la causa no sólo de establecer y posicionarse arrojando imágenes diferentes, sino que hizo de las ciudades y de los espacios públicos unos lugares dónde gritar ante las injusticias, donde denunciar las irresponsabilidades estatales y expulsar la rabia desbordaba ante la despreocupación inicial⁶ de las autoridades gubernamentales. Y que ha supuesto un llamamiento imperante hacia la coherencia, hacia la injusticia y hacia la no exclusión social de quienes padecían la enfermedad. Estas manifestaciones y ocupaciones del espacio público, de nuestras ciudades, suponen un posicionamiento, que por un lado es un apelativo directo desde el espacio público hacia las responsabilidades de un gobierno y, por otro lado, lanzan un mensaje visual opuesto al que se planteaba desde la institución o desde los medios de masas.

(Selección de imágenes)

En este punto consideramos oportuno hacer un recorrido por ese imaginario disidente, y cómo éste tiene un peso fundamental en pro de posicionarnos en contra de estereotipos que de nada han servido en miras a campañas de prevención y exclusión social:

En los ochenta, en contra de las representaciones del varón homosexual nos encontramos con grupos activistas como ACT UP, GRAND FURY o SILENCE = DEATH. En líneas generales estas manifestaciones surgen ante la injusticia estatal y social para con los afectados. Estados Unidos es el campo de una batalla entre los que se sienten excluidos y los que tienen miedo a la enfermedad (no quedó del todo claro los medios de transmisión de la enfermedad al principio de ésta). Frente a esto nos encontramos con proyectos como: “Let the record show” de Silence = Death (1987). En este trabajo se establecía la semejanza entre la discriminación y tratamiento injusto por parte de las autoridades hacia los enfermos y portadores de VHI/SIDA con los juicios de Nuremberg. En la pieza, desarrollada en el MOMA de Nueva York (emblema artístico de la ciudad y del país) proyectada hacia fuera, hacia la calle, se muestra una imagen de estos juicios bajo un gran triángulo rosa invertido (el mismo

triángulo, pero inverso, con el que eran designados los prisioneros homosexuales de la II guerra mundial) y con el letrero luminoso que recordaba que “Silencio es igual a muerte”. Es decir, frente a esas imágenes del enfermo moribundo, sin a penas voz, desterrado a la habitación de un hospital, el activismo artístico proyecta en la calle, a modo de grito y de sentencia, la realidad de muchos de las víctimas de la pandemia.

Otra de las modalidades de las acciones que llevaron a cabo los miembros de ACT UP que tuvo mucha repercusión en los medios y generó otras formas visuales, y en consecuencia generó otras posturas en la opinión pública, fueron los conocidos como “funerales políticos”. Una serie de miembros de ACT UP, que veían que estaban muriéndose a consecuencia del Sida, consideraron que debía sacarse el ritual de los funerales del ámbito privado y convertirlo en un acto político más, con la intención de demostrar que los fallecimientos y los funerales eran la consecuencia de la falta de respuesta a otras reclamaciones y acciones previas. El artista D. Wojnarowicz dijo desear que los potentes sentimientos de ira y dolor que surgían en los funerales tuvieran repercusión política, para evitar que en el futuro los supervivientes se convirtieran en expertos en llevar el duelo privado y en silencio, en pulir discursos y en perfeccionar ritos funerarios, olvidándose de lo que él consideraba más humano, que era gritar en la calle⁷.

Durante la segunda década de la historia de la enfermedad, la década de los noventa, vemos como el SIDA y sus conceptualizaciones, sus prejuicios y sus altas tasas de mortalidad, ya no son algo que se origine dentro de la vorágine estadounidense. El imaginario se ha extendido, se ha contagiado y todos los países exportan el mismo modelo de prejuicios, considerando el SIDA como una cuestión que viene desde fuera de sus fronteras y contra el que hay que defenderse, muy asociado a los homosexuales, la prostitución y la drogadicción. En estos años, el SIDA es un problema conocido, se saben sus causas y sus vías de transmisión (vertical, sexual y parenteral), se ha dejado aun lado los llamados grupos de riesgo, con las consecuencias de exclusión que ello suponían, etc. pero la situación de los portadores y de los enfermos, el acceso a los fármacos, el grado de implicación gubernamental, así como el empecinamiento en asociar la enfermedad a determinados estereotipos visuales, no parece cambiar.

Frente a esta realidad global, las acciones en la ciudad se convertirán en unos de los medios más eficaces de contraponer otras realidades al régimen visual hegemónico. Intentado minar dichas imágenes e interferir los medios con otras voces, que reivindican la dignidad de quienes padecen SIDA, de los portadores de VHI, la comprensión social e intervención institucional para luchar contra la pandemia. Aunque los lenguajes de estas acciones se van tornando más metafóricos, la necesidad de generar un debate en torno a este problema y a su construcción desde el ámbito de lo público, hace que se sigan desarrollando nuevos planteamientos a través de formas y lenguajes más íntimos y reconciliadores para los enfermos.

En este sentido, cabe destacar dos autores que dentro del circuito artístico siguen suponiendo una oleada de reivindicación poética, que se desborda más allá de las puertas de los museos. Son piezas para la calle, para hacer participe al ciudadano de la realidad de quienes conviven con el VHI/SIDA y para recordar que es un problema de todos.

- Nos referimos en primer término a la pieza “Carryng” de Pepe Espaliú (1992). Una acción en la que el autor, descalzo, iba siendo portado y suspendido por parejas de ciudadanos a modo del juego infantil la sillita. Los ciudadanos eran quienes protegían al autor al ir descalzo por el duro suelo de la ciudad, en una metáfora hacia los cuidadores de los enfermos de SIDA. Al finalizar, Espaliú abría con los pies descalzos las puertas del espacio museístico. “Carrying”, sostener, transportar o aguantar lo insoportable entre todos.

- En segundo lugar cabe destacar, la labor imparable de GRAND FURY, que en contra de las representaciones del varón homosexual reivindicó también la figura de la mujer, mejor dicho: su invisibilidad hasta el momento. Se hablaba de homosexuales, de preservativos, pero de las mujeres, en concreto la figura de la ciudadana blanca de clase media, quedaba totalmente lejos de ser reconocida como una figura vulnerable ante el SIDA. Con la elaboración de la cartelería “WOMEN DON’T GET AIDS...THEY JUST DIE FROM IT” (1991) reivindican que el SIDA no entiende de discriminación, al contrario que las autoridades, recordando que la figura de la mujer también debe ser protegida y aconsejada desde las campañas, no puede quedar como un mero elemento pasivo frente a la pandemia. En sus carteles, en la calle, en la ciudad, apelan desde una imagen que tras su claro mensaje del título, deja entrever a tres mujeres, sin desvelar su identidad, ya que la imagen las recoge a partir de sus amplias sonrisas, participando en un certamen de belleza, tan populares e iconos tan reconocibles de la cultura visual estadounidense. Por último, en este somero recorrido visual, nos aproximamos a la década que hemos abandonado recientemente. Desde la pasada década se ha hecho hincapié en dos tipos de imágenes:
- Las primeras son las generadas por la ya tradicional imagen/icono del gran lazo rojo con el que las instituciones revisten sus fachadas para conmemorar, como si de caídos en guerra se tratase, a las víctimas del SIDA cada primero de Diciembre. Estas representaciones vienen acompañada de un mensaje de solidaridad y fuerza para quienes en la actualidad son portadores o conviven con la enfermedad. Sin embargo, esto no se traduce en campañas de prevención alejadas de estereotipos, ni en medidas eficientes. Estas concentraciones, de nuevo en la ciudad, suponen una efeméride, un recordatorio que puede hacernos caer en la idea errónea de que el SIDA es una cosa del pasado. Así está pasando a tenor de los fracasos de las campañas de prevención, ya que las cifras de nuevos casos siguen creciendo. Queremos plantearnos la utilidad de estas celebraciones en nuestro estado, en el que la Comunidad de Madrid fue denunciada⁸ por diversas asociaciones antiSIDA por no pagar las ayudas que les fueron concedidas, haciendo que éstas se endeudasen en 2008. U otro ejemplo dentro de los muchos: la denuncia de CEISIDA hacia el Ministerio del Interior por discriminación de los portadores, ya que en su día, ante una pregunta del parlamentario Gaspar Llamazares, desde el Ministerio del Interior se dijo: “...es razonable que deba mantenerse la causa de exclusión para acceso al Cuerpo Nacional de Policía de los aspirantes que viven con VIH...”⁹. Como podemos comprender, de nada sirve el lazo institucional si no se toman medidas reales.
- Las segundas provenientes de múltiples campañas que ilustran noticias en diarios y periódicos localizando la cara más mortífera del SIDA en África. Este hecho ilustra sin duda una realidad exterma, en África, que junto a las hambrunas, la pobreza, la situación política y social y la falta de ayuda internacional, el SIDA se convierte en un enemigo mortal y rápido, acentuado aún más, si cabe, por la falta de medios profilácticos. Sin embargo que desde nuestras fronteras se atiende en demasía a éstas imágenes, obviando nuestras propias realidades, hace que los espectadores localicen el problema del SIDA en África, fuera y no dentro de nuestras fronteras, lo que se traduce en pensar que la enfermedad en los países denominados del primer mundo, es algo secundario cuya importancia ha sido edulcorada por los tratamientos retrovirales. Si a éste pensamiento le sumamos el resultante de las imágenes institucionales del lazo rojo, nos encontramos con representaciones visuales que han tendido a reflejar que el SIDA se trata de un problema lejano y pasado.

A modo de conclusión, quisiéramos evidenciar que desde el artivismo existe un posicionamiento claro frente al olvido. Frente al pacto institucional en las campañas de prevención, que no tienen el suficiente impacto social

y no consiguen que la población se sienta identificada, las imágenes generadas por las propuestas de acción nos sitúan a los interesados en primera persona y con voz propia; frente a los estereotipos sectarios y relacionados con el pasado, las propuestas artivistas presentan una diversidad en las formas de pensamiento y en los modos de comportamiento, evidenciando las formas de vida más allá de la heteronormatividad hegemónica y naturalizada; frente al silencio el grito, frente al destierro de lo privado la ocupación pública, pues aunque la enfermedad la vive el enfermo en lo privado, su sentido lo construimos socialmente entre todos.

El sida ha modificado nuestra percepción de la salud, del sexo, de las relaciones humanas, de nuestra corporeidad y, en definitiva, de nuestras vidas. Pero la fuerza de las propuestas artivistas, que han surgido para dar respuesta a la pandemia, es uno de los aspectos más importantes que habrá que conservar en la memoria, pues este posicionamiento ha sido uno de los aspectos más significativos de la historia de la crisis del sida, ya que planteó que la crisis sanitaria era en realidad una crisis política, con su consecuente régimen de representación visual, que por cierto, aún no ha concluido¹⁰.

La acción como posicionamiento en y desde lo público, para generar una reflexión en torno a éstas cuestiones necesarias, para reivindicar una vez más otras representaciones frente a imágenes que se han elaborado desde el prejuicio, para elaborar campañas de prevención consecuentes con la población, para dejar de aludir como tópico a la figura del varón homosexual cuando hablamos de SIDA e intentar implicar a una población mayoritaria que se sigue contagiando mientras se celebra el 1 de Diciembre de forma institucional en Ministerios, Ayuntamientos y Diputaciones.

Para finalizar, apelamos a la imagen nuevamente, poniendo en contraposición dos imágenes que resumen perfectamente el papel y la utilidad de la acción frente a la representación visual impuesta. Queda en ellas resumidas nuestras miradas, que han visto en estas representaciones uno de los movimientos artísticos, culturales y sociales más importantes de los últimos 30 años: la acción en la ciudad como elemento público y comunitario para apelar a las injusticias, de diversa índole, que acontecen y rodean nuestra vidas en torno a la problemática surgida en los imaginarios referidos al SIDA.

(Endnotes)

1 La aparición del Síndrome de InmunoDeficiencia adquirida: SIDA; término que acuñó el Center for Disease Control and Prevention de EE.UU, país en el que se dieron los primeros casos a principios de Junio de 1981. Desde entonces ha supuesto un punto de inflexión en el mundo moderno. El SIDA hace referencia a un estado clínico concreto que es causado por la infección del VIH (virus de inmunodeficiencia humana). Hay diferencias entre ser portador del VIH y tener el cuadro clínico denominado SIDA: una persona infectada por VIH es seropositiva y desarrollaría SIDA si su nivel de linfocitos T CD4 descendiera por debajo de 200 células por milímetro en sangre. Existe tratamiento específico para los seropositivos; este tratamiento médico aunque no erradique el virus del cuerpo humano impide que los linfocitos T CD4, desciendan en mayor o menor medida; de esta manera se puede impedir o retrasar que los portadores de VIH padezcan SIDA. El VIH se transmite a través de la entrada al torrente sanguíneo de algunos fluidos corporales como: sangre, semen, líquido preseminal, flujo vaginal o leche materna. El virus es capaz de infectar las células T CD4, que son las responsables de coordinar una respuesta inmune ante las infecciones; si disminuye la cantidad de estos leucocitos en una persona ésta se vuelve susceptible de sufrir enfermedades que una persona con mayor número de T CD4 podría rechazar; a estas enfermedades se

las llama oportunistas y pueden ser causa de muerte de los pacientes que desarrollan SIDA.

2 La madrugada del 28 de junio de 1969, se produjeron los disturbios de Stonewall en el distrito neoyorquino de Greenwich Village. Este hecho fue la primera reacción por parte de los grupos de lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, etc. (LGBT) frente a un sistema homófobo que contaba con el beneplácito del gobierno. Este hecho fue el catalizador del movimiento LGBT que sentó precedentes en el resto del mundo. Ver en este sentido: Carter, David. Stonewall: The riots that sparked the gay revolution. New York. St. Martins Press. 2004

3 El nombre peste rosa viene antecedido por toda la reputación de destrucción de las grandes oleadas de peste en Europa. El matiz "rosa" se aplica porque de entre las pestes más destructivas estaba la peste negra; durante el exterminio nazi, a los homosexuales se les confinaba en campos de concentración bajo el triángulo rosa como emblema que los identificaba de entre todos los presos, al igual que a los judíos se les asignaba como elemento identificativo una estrella de seis puntas amarilla. De esta forma se relacionan dos conceptos distintos que tienen en común la muerte de grandes números de personas y se crea el término peste rosa que como vemos, resulta excluyente y reduccionista e incierto. El término peste rosa aplicado al SIDA y la explicación de este nombre la encontramos en el artículo: Clavero, G. Los canales de comunicación en el caso del SIDA" Rev. Jano. no XLI extra. 1991. Pág 46.

4 Ver en este sentido: Butler, J. El género en disputa. El eje del mal es heterosexual, figuraciones, movimientos y prácticas feministas queer. Madrid: Traficantes de sueños. 2005.

5 Reciente noticia que divulgó el Ministerio de Sanidad y que trascendió a todos los medios nacionales. El diario nacional El País tituló en un artículo el 9 de diciembre de 2009: del 10% de los gays españoles tiene el VIH. Fuente del diario El País, versión online: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/gays/espanoles/tiene/VIH/elpepusoc/20091209elpepusoc_7/Tes (fuente consultada el 12 de diciembre de 2009. 14.54 hrs)

6 Georges W. Bush tardó 4 años en pronunciar públicamente la palabra SIDA, cuando ya había más de 25.000 muertes por la enfermedad sólo en EE.UU. Este hecho fue denunciado por multitud de grupos activistas, entre ellos Grand Fury realizó numerosas campañas y pegadas de carteles culpando directamente al gobierno de esta situación.

7 Larrazabal, Ibon, El paciente ocasional. Una historia social del Sida. Barcelona: Península, 2011, pág. 118.

8 CESIDA (Coordinadora Estatal de VIH-SIDA) realizó un comunicado público en el que rezaba como encabezado: "Sanidad comunica a las asociaciones que anula los 266.000 euros que todavía no había pagado en 2009 y que tampoco habrá subvenciones para este año". En el comunicado se explica los motivos por el cual se denunciará a la Comunidad de Madrid por la falta de pagos ya aprobados en 2009 y por la repentina decisión de no continuar con las subvenciones en 2010 para las asociaciones de prevención de VIH/SIDA. Fuente de la noticia portal web de CESIDA. Fuente completa: http://www.cesida.org/index.php?option=com_content&task=view&id=619 (Consultada el 29 de Enero de 2011, 10:35 hrs)

9 Al igual que en el caso anterior hacia la Comunidad de Madrid, CESIDA, nuevamente denunció públicamente en un comunicado lo injusto y discriminatorio de éstas declaraciones por parte del Ministerio del Interior hacia las personas seropositivas. Interior contestó a una cuestión en el parlamento realizada por Gaspar Llamazares, de IU, afirmando que es "razonable que deba mantenerse la causa de exclusión para acceso al Cuerpo Nacional de Policía de los aspirantes que viven con VIH". Fuente de la noticia: <http://www.cesida.org/index>.

[php?option=com_content&task=view&id=579](#) (Fuente consultada el 20 de Junio de 2011. 20:30 hrs)

10 Ver al respecto: Larrazabal, Ibon, El paciente ocasional. Una historia social del Sida. Barcelona: Península, 2011.

EL BANCO DE ALIMENTOS DE MADRID SE TRANSFORMA EN UNA CIUDAD CON CALLES SOLIDARIAS

M^a Pilar Saura Pérez

Directora de Comunicación de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid

Directora de Comunicación (Voluntaria) de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid (www.bamadrid.org). Crta. de Colmenar, km 13,600- Colegio San Fernando, 28049 Madrid (España) Teléfono: + 34 917346383. Doctora y Licenciada en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid), donde impartió Fundamentos de las Relaciones Públicas, y Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad Pontificia Comillas), donde impartió Estructuras de la Comunicación Comercial. Socio Docente de la Asociación de Directivos de Comunicación Dircom y Miembro de Icono 14.

pilar.saura@gmail.com

Resumen

Para una entidad sin ánimo de lucro como la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, que desde su fundación en 1994 ha distribuido más de 77 millones de kilos de alimentos a más de 300 entidades benéficas que atienden a personas necesitadas, le resulta complejo conseguir fondos suficientes para su funcionamiento. A pesar de operar fundamentalmente con voluntarios, en un entorno de crisis donde cada vez hay más personas necesitadas que atender y menos subvenciones disponibles, la necesidad agudiza el ingenio. Por eso estamos transformando en Banco en una ciudad donde las empresas pueden “apadrinar” una calle, que equivale a una gran estantería o pasillo, a cambio de un donativo de 3.000 euros anuales.

Tomando como referencia la filosofía y elementos de comunicación de bajo coste disponibles para un Banco de Alimentos, como su página web o sus boletines externos e internos, se analiza la labor de lucha contra la pobreza y el hambre que se lleva a cabo en una ciudad grande como Madrid, la problemática situación de captación de fondos en un entorno de crisis donde no paran de surgir nuevos necesitados y nuevas entidades solidarias y una nueva forma creativa de obtención de fondos para el funcionamiento operativo y sus posibilidades en la creación de imagen en el ámbito de la comunicación empresarial.

Palabras clave

bancos de alimentos, Banco de Alimentos de Madrid, pobreza y hambre, solidaridad, entidades sin ánimo de lucro, captación de fondos

EL BANCO DE ALIMENTOS DE MADRID SE TRANSFORMA EN UNA CIUDAD CON CALLES SOLIDARIAS

Introducción

Los Bancos de Alimentos luchan contra el despilfarro de alimentos y en favor de los más necesitados, y también quieren concienciar a la sociedad de la existencia de personas que pasan hambre y necesitan ayuda. Hay muchas personas que pasan hambre tanto en África, como en Asia o América, pero también existen personas necesitadas en Europa. Según estudios recopilados por la Federación Europea de Bancos de Alimentos en Europa 79 millones de personas viven bajo el umbral de la pobreza y de ellas, 30 millones sufren malnutrición.

Por supuesto que España no escapa a esa situación. No son únicamente los mendigos y los vagabundos: son muchas más las personas que pasan hambre en todas las ciudades importantes del mundo civilizado. No se trata sólo de pobreza absoluta sino relativa, la de aquellos que no tienen suficientes alimentos. Muchas veces son de jubilados y pensionistas que todos los meses cobran un sueldo muy bajo, son los enfermos y disminuidos físicos, son las gentes en paro, los deficientes psíquicos, los ex drogadictos en vías de rehabilitación o los inmigrantes. Todas estas personas necesitan ayuda y una parte, en forma de comida la reciben desde los Bancos de Alimentos.

Para una entidad sin ánimo de lucro como la Fundación Banco de Alimentos de Madrid, que desde su fundación en 1994 ha distribuido más de 77 millones de kilos de alimentos a más de 300 entidades benéficas que atienden a personas necesitadas, le resulta complejo conseguir fondos suficientes para su funcionamiento. A pesar de operar fundamentalmente con voluntarios, en un entorno de crisis donde cada vez hay más personas necesitadas que atender y menos subvenciones disponibles, la necesidad agudiza el ingenio. Por eso estamos transformando en Banco en una ciudad donde las empresas pueden “apadrinar” una calle, que equivale a una gran estantería o pasillo, a cambio de un donativo de 3.000 euros anuales.

La cuestión es si se puede transformar un Banco de Alimentos en una ciudad, con calles – sus grandes estanterías de alimentos- patrocinadas por empresas que colaboren con un donativo anual. Tomando como referencia la filosofía y elementos de comunicación de bajo coste disponibles para un Banco de Alimentos, como su página web o sus boletines externos e internos, se analiza la labor de lucha contra la pobreza y el hambre que se lleva a cabo en una ciudad grande como Madrid, la problemática situación de captación de fondos en un entorno de crisis donde no paran de surgir nuevos necesitados y nuevas entidades solidarias y una nueva forma creativa de obtención de fondos para el funcionamiento operativo y sus posibilidades en la creación de imagen en el ámbito de la comunicación empresarial.

Objetivos

Estudiar y analizar el origen y forma de actuación de los bancos de alimentos en el plano europeo, español y en la Comunidad de Madrid. Conocer las necesidades de financiación y las principales vías de aprovisionamiento de alimentos y obtención de fondos y las alternativas tradicionales e innovadoras en la materia, estudiar su forma de comunicación y su labor de lucha contra la pobreza. En especial se estudia la transformación en una ciudad con calles del Banco de Alimentos de Madrid.

Metodología

La autora acude a diversas fuentes para el análisis de la forma de actuación y necesidades de los bancos de alimentos y estudia sus necesidades de financiación, incluyendo la forma creativa que desarrolla el Banco de Alimentos de Madrid que consiste en transformar su almacén en una ciudad con calles en medio de la situación de crisis generalizada.

El nacimiento de los Bancos de Alimentos

En los Estados Unidos en el año 1967 John Van Hengel, un retirado en Fénix (Arizona), participaba en una recogida de frutas y legumbres organizada por una institución asistencial. Había muchos parados y personas marginadas que estaban siendo atendidas. Un día, la madre de diez críos le cuenta cómo consigue dar de comer a toda su chiquillería recogiendo los alimentos que caen, y nadie recupera, durante la descarga efectuada en un supermercado vecino. Entonces Van Hengel decide organizar con voluntarios la recogida de alimentos en supermercados y de esa forma en 1967 nació el primer Banco de Alimentos, con un puñado de voluntarios y los 250 m² de una vieja tahona.

La idea se propaga con gran rapidez. Alentada por el Gobierno, se extiende enseguida por Estados Unidos. Las industrias agroalimentarias y las grandes cadenas de distribución colaboran con los Bancos de Alimentos, formando lo que llaman “Second Harvest”, segundo reparto, que sistemáticamente realizan con sus excedentes, sintiéndose dichosos de hacer esta contribución y, en algunos casos, ayudando incluso a la formación de los voluntarios para los Bancos.

Año 1983: un canadiense que pasa por Francia da a conocer la existencia de los Bancos de Alimentos. Se abre el primer Banco europeo, en París: es el mes de diciembre de 1984. En 1985 se abre el primero de Bélgica, luego en España (Barcelona), Italia (Milán), Irlanda, Portugal, Gran Bretaña, Polonia, Grecia, etc. En 1988 se creó la Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA), uno de cuyos fines es conseguir alimentos del Fondo Social de la Comunidad Europea.

En España, en 1987 se desarrolló la idea de los Bancos de Alimentos en Barcelona, dónde se crea, la Fundación “Banc dels Aliments”. En 1993, se pone en marcha en Madrid, por iniciativa privada, la Fundación Bancos de Alimentos de España, promotora de Bancos en distintos puntos del país, entre ellos el de Madrid. En 1996, se crea la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL), a la que pertenecen en la actualidad más de cincuenta Bancos en toda España, incluyendo el Banco de Alimentos de Madrid (BAM).

Los Bancos de Alimentos en Europa

La FEBA, Federación Europea de Bancos de Alimentos (European Federation of Food Banks, www.eurofoodbank.eu), agrupa a 240 bancos de 21 países de Europa. En el año 2010 FEBA consiguió de forma gratuita y distribuyó 359.960 toneladas de comida, que llegaron a casi 5 millones de personas a través de 27.660 organizaciones asistenciales y caritativas. Su objetivo es que cada persona en Europa tenga acceso a una dieta suficiente y equilibrada, a través de la lucha contra el despilfarro y una llamada a la solidaridad.

En el año 2011 la FEBA celebra su 25 aniversario, ya que fue fundada en 1986. Los valores que persigue se basan en:

- Distribuir de forma gratuita los alimentos recibidos y trabajar con la ayuda de otras organizaciones y de voluntarios
- Luchar contra el despilfarro que se produce en el camino entre el productor y el consumidor
- Compartir de forma correcta y sin discriminación
- Fomentar la solidaridad en Europa.

Los Bancos de Alimentos en España

En 1996, los Bancos de Alimentos de España constituyeron la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL, www.fesbal.org) que coordina sus actividades y facilita las relaciones con los organismos de la Administración Central e Internacional así como con otras entidades no lucrativas y con empresas que facilitan alimentos excedentes o que ayudan en su sector de competencia a la actividad de los bancos de alimentos. También son actividades de la Federación facilitar el acercamiento e intercambios entre los Bancos, elaborar estadísticas y publicidad común, junto con el desarrollo de un asesoramiento jurídico y administrativo. FESBAL, que agrupa 52 Bancos de Alimentos, gestiona ayudas de organismos oficiales y privados necesarias para dotar a los almacenes de los bancos de alimentos del equipamiento técnico necesario y atender a las necesidades económicas de funcionamiento. Durante el año 2009 los 52 bancos de alimentos federados repartieron, entre las asociaciones que atienden a personas necesitadas, un total de 66.289, 66 Toneladas de alimentos.

Los Bancos de Alimentos, funcionan como verdaderas empresas, por lo que tienen que acudir a numerosos servicios externos. Dado lo limitado de sus recursos, muchos de esos servicios son prestados gratuitamente o en condiciones muy ventajosas por numerosas empresas de los más diversos sectores.

Fuentes de suministro

Los Bancos de Alimentos tienen como tarea necesaria para el cumplimiento de sus fines la de recoger alimentos excedentarios, concentrarlos y conservarlos en almacenes adecuados para su posterior reparto a las instituciones de ayuda social. La procedencia de los alimentos que obtienen es muy variada, fundamentalmente empresas relacionadas con la alimentación, ya sean de producción o de distribución. Cerca de 3.000 empresas colaboran con los bancos de alimentos para facilitarles su aprovisionamiento.

Desde el año 2006 otra importante fuente de suministro la constituye el Fondo Español de Garantía Agraria, FEAGA, organismo autónomo del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación que, entre otras misiones, se ocupa de la gestión en España del “Plan de Ayuda a los Necesitados” establecido por la Comisión de la Unión Europea. El FEAGA firmó en ese año, y renovó en el 2007, un acuerdo con FESBAL para la distribución de alimentos procedentes de las existencias de intervención y que alcanzó en 2006 un valor de 50 millones de euros en diversos productos alimenticios.

Otras ayudas empresariales e institucionales

La actividad de los bancos de alimentos, como la de cualquier empresa de distribución, exige acudir a suministradores diversos, que en una notable mayoría conscientes de lo que significa la “responsabilidad social corporativa” colaboran de manera gratuita. Aunque algunos bancos de alimentos poseen medios de transporte propios, es muy necesario frecuentemente acudir a empresas del transporte. Entre las empresas que colaboran con los bancos de FESBAL se encuentran: Industrias productoras de alimentos, distribuidoras, grandes superficies, asentadores, mayoristas, almacenistas, comerciantes, industrias de transporte, Industrias de construcción, Entidades financieras, empresas de publicidad y de comunicación (periódicos, radio TV y medios electrónicos). Además, Instituciones Públicas y Organizaciones Nacionales e Internacionales, tales como: Fondo Europeo de Garantía Agraria, el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, organismos oficiales de carácter nacional, autonómico y local, cooperativas agrarias, cámaras de comercio, universidades, colegios y Fuerzas Armadas.

Los Bancos de Alimentos admite subvenciones y ayudas en dinero. Con estos donativos se mantiene la estructura mínima organizativa del banco de alimentos: adquisición y alquiler de equipo, nave de almacenamiento, cámaras frigoríficas, básculas, carretillas, furgonetas, gastos de transporte y combustible, teléfonos, correos, electricidad, etcétera. En cuanto a sus gastos de personal se reducen al mínimo número de empleados, puesto que en su mayoría colaboran voluntarios que aportan su experiencia de forma gratuita. Como entidades con utilidad pública o fundaciones se pueden obtener desgravaciones por las donaciones y recibir los certificados correspondientes.

La problemática que enfrentan los Bancos de Alimentos si desaparecen los Fondos Europeos

Millones de pobres de toda Europa sufrirán los efectos negativos de la sentencia de la Corte Europea de 13 de abril del 2011, por la que, a petición de Alemania, se limita a los excedentes, si los hay, los alimentos destinados al Programa Europeo de Ayuda a los más Necesitados (PEAD).

Cruz Roja Española, Cáritas Española, la Federación Española de Bancos de Alimentos, los voluntarios y empleados de los Bancos de Alimentos, los representantes y voluntarios que colaboran en la entidades beneficiarias de los Bancos, están seriamente preocupados por las consecuencias de esta sentencia que significará un retroceso muy importante en la lucha contra la exclusión social en Europa si el PEAD no se sustituye por alguna medida estable.

Hasta el año 2011 la Dirección General de Agricultura de la U.E. había fijado un presupuesto para toda Europa en unos 500 Millones de Euros que se distribuían entre los diferentes estados que lo solicitaban y con ellos se compraban los excedentes que más tarde servían de base para la elaboración de artículos de primera necesidad destinados a luchar contra la exclusión social mediante la ayuda a la alimentación de personas necesitadas. Si en algún momento los excedentes eran inferiores a la dotación establecida, se procedía a la compra de alimentos que se destinaban a esa finalidad.

La resolución de ese tribunal, dictada a instancias del Gobierno alemán, establece que no se podrán comprar más alimentos que los correspondientes a los excedentes. Esto puede suponer una reducción muy importante en la cantidad de alimentos que se distribuirán en el próximo año y sucesivos si no se encuentran otras fuentes de aprovisionamiento o se establece un nuevo programa europeo que sustituya al que ha sido modificado.

Durante el año 2011, en España se distribuirán, gracias al programa PEAD en vigor, 130.000 Toneladas entre

un total aproximado de 1.700.000 personas en números redondos. Se estima que para el año 2012 la reducción ocasionada en el volumen de alimentos, a causa de la citada sentencia, podría reducirse hasta un 75 % de la cifra de 2011, es decir sólo se dispondría de unas 33.000 toneladas.

La situación se volvería muy delicada sobre todo si se tiene en cuenta que el número de personas necesitadas que solicitan ayuda no deja de aumentar. La situación en otros países de Europa no es mejor. No puede ignorarse que 79 millones de personas en todo el continente viven por debajo del umbral de la pobreza y que de ellas 30 millones sufren malnutrición. En ciertos países de reciente incorporación a la UE, los alimentos procedentes del PEAD, representan casi un noventa por ciento del total repartido por los Bancos de Alimentos entre los más necesitados. Si no se sustituye el PEAD por algún nuevo programa que dé estabilidad a la ayuda alimentaria, la decisión de la Corte Europea supondrá desde el año próximo un duro golpe para los necesitados.

La organización de los Bancos de Alimentos

La organización de un Banco de Alimentos se orienta a un funcionamiento similar al de una empresa, con distintas áreas y un equipo de dirección. En general, existen áreas de: Aprovisionamiento y Transportes, Almacén, Distribución, Contabilidad, Informática, Mecenazgo, Comunicación y Dirección. Todo ello se hace con personas que prestan su capacidad profesional y su tiempo de manera absolutamente voluntaria.

Dentro del funcionamiento operativo los Bancos se dedican a:

- Buscar empresas de alimentación o distribución que estén dispuestas a dar, de modo gratuito, los excedentes que, de otro modo, se destruirían. Toda empresa, por definición, lanza al mercado más productos que los que espera vender, asimismo, los hay que no pasan el control de calidad, por motivos ajenos a la calidad del producto, como desperfectos en los envases o etiquetado, y, sin embargo, todos ellos son perfectamente consumibles. Además, algunas empresas desean cooperar con productos según su generosidad, aunque no sean excedentes.
- Aceptar las distribuciones gratuitas de excedentes alimentarios del Fondo Social de la Comunidad Europea, para su reparto posterior.
- Además de aceptar donativos de particulares, se hacen colectas de muchos tipos y se arbitran sistemas que permitan recoger lícita y gratuitamente alimentos (por ejemplo mediante operaciones kilo).
- Buscar y conseguir subvenciones y ayudas de dinero, con las que mantener la estructura mínima del Banco de Alimentos: una nave de almacenamiento, cámaras frigoríficas, pesas, carretillas, transportes, teléfono, etcétera. si bien el transporte, de ordinario, corre a cargo de la empresa que dona los productos.
- Almacenar, en general por breve tiempo, los alimentos, de forma que estos puedan, ser distribuidos y consumidos dentro de plazos de consumo preferente.
- Distribuir alimentos de forma gratuita los centros de acogida necesitados, comprometiéndose los receptores a cumplir las condiciones que se les exige. No se distribuyen alimentos a particulares sino sólo a los centros adheridos. El papel de los Bancos de Alimentos: paliar en parte a las asociaciones asistenciales la preocupación de encontrar la comida necesaria para alimentar a las personas que atienden

Las exigencias a los receptores de los alimentos

Los requisitos que deben cumplir los beneficiarios de un Banco de Alimentos son los siguientes:

- Ser un Organismo Benéfico o equivalente.
- Estar registrado oficialmente.
- Tener el propósito de servir a los Colectivos socialmente más desfavorecidos.
- Distribuir gratuitamente los alimentos recibidos y no cambiarlos por dinero.
- No efectuar ningún tipo de discriminación entre los beneficiarios de las ayudas alimentarias.
- No utilizar los alimentos recibidos para finalidades contrarias a los objetivos del Banco de Alimentos (distribución a personas no necesitadas, utilización de los alimentos con fin comercial)
- No mantener en existencias alimentos procedentes del Banco de Alimentos en cantidades superiores a las que puedan justificarse en razón al periodo transcurrido en dos donaciones sucesivas.
- Abstenerse de cualquier programa o acción pública, y, en general de cualquier comportamiento que pueda perjudicar el nombre del Banco de Alimentos.
- Llevar libros y registros de los productos recibidos y distribuidos.
- Cumplir las normas de seguridad de alimentos.

El Banco de Alimentos de Madrid

La Fundación Banco de Alimentos de Madrid (www.bamadrid.org), es una organización benéfica sin ánimo de lucro cuyo fin es la consecución gratuita de alimentos de todas clases, y cuya donación y distribución posterior hace también gratuitamente entre entidades benéficas legalmente reconocidas, dedicadas a la asistencia y cuidado directo de personas necesitadas (disminuidos psíquicos y físicos, ancianos y niños desvalidos, familias marginadas, drogadictos en recuperación, enfermos de SIDA, etc.) dentro de la Comunidad de Madrid. En él trabajan de forma habitual voluntarios, en número superior a los ciento cincuenta, la mayoría profesionales jubilados, que prestan sus conocimientos de gestión, capacidades técnicas y manuales, de forma altruista, al igual que varios centenares de colaboradores en acciones puntuales.

El Banco de Alimentos de Madrid, es miembro de la Federación Española de Bancos de Alimentos, que agrupa en la actualidad a más de 50 Bancos de Alimentos, de toda España y, a través de ella, de la Federación Europea de Bancos de Alimentos. Fundado el 1 de septiembre de 1994, el Banco de Alimentos fue registrado y aprobado el 15 de septiembre de 1994, por la Delegación de Gobierno de Madrid, con el número de Registro Provincial 14.713. Inscrito en el Registro de Entidades de Acción Social y Servicios Sociales de la Comunidad de Madrid con el nº E 2622.9. Inscrito en el Registro de Entidades, Centros y Servicios con el nº S-3832. Inscrito en el Registro de Fundaciones de la Comunidad de Madrid con número de hoja personal 237 en el tomo XXVII, folios 101 al 116, con fecha 12 de septiembre de 2000. Nº de identificación fiscal, CIF: G-82698614.

La sede central está situada dentro del Colegio de San Fernando, cedido gratuitamente por la Comunidad de Madrid. En el mismo lugar tiene instalado el almacén general. En otras naves, en Mercamadrid, cedida por la

Dirección de este Organismo, el Banco de Alimentos de Madrid recoge y distribuye alimentos perecederos (frutas, verduras)

Desde su constitución el Banco ha distribuido más de 77 millones de kilos de alimentos. En el Anexo I figuran los resultados obtenidos por el Banco de Alimentos de Madrid desde su constitución.

El departamento de comunicación del Banco de Alimentos de Madrid cuenta con dos voluntarias a las que apoyan algunos días becarios de cuarto curso de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, con la que existe un convenio de colaboración. El departamento no cuenta con un presupuesto sino que obtiene el apoyo de diferentes entidades según los proyectos que tiene entre manos. Su herramienta fundamental de comunicación es la página web que soporta y apoya de forma gratuita la empresa INNOtech Servicios Informáticos. También realiza boletines de comunicación interna (denominado Infobam) para sus voluntarios tres o cuatro veces al año y una memoria anual (Boletín) para los que siempre intenta conseguir un patrocinio para su impresión (en el último año fue la empresa Caser Seguros). En el terreno publicitario colabora la empresa de Publicidad Euro RSCG con algunos materiales y carteles. El Banco participa de forma regular en ferias en donde es invitada de forma gratuita, como la de voluntariado (Wake Up!) o del sector de alimentación (como el Salón Internacional del Club Gourmets o Fruit Attraction)

Fondos necesarios para el funcionamiento del Banco de Alimentos de Madrid

Aunque en el Banco de Alimentos de Madrid colaboran de forma altruista más de 150 voluntarios, cuenta con 5 empleados en nómina en administración y almacén lo que implica unos gastos salariales y cotizaciones a la Seguridad Social. A pesar de que la Comunidad de Madrid facilita la sede central y el suministro de agua y electricidad, y que Mercamadrid facilita las naves localizadas allí, en el funcionamiento del Banco se producen unos gastos de mantenimiento de transportes y seguros, gastos de combustibles, correos, teléfonos, materiales, etcétera, que el Banco debe soportar.

Según los datos facilitados por el director general del Banco de Alimentos de Madrid, en conjunto la cifra promedio de ingresos y gastos operativos del Banco de Alimentos de Madrid de los últimos años ha sido de 250.000 euros.

Tomando como referencia el año 2010, los ingresos correspondieron en un 32% (80.000 euros) a ingresos o subvenciones públicas (Comunidad de Madrid y Ayuntamientos) y el 68% (170.000 euros) a ingresos privados (Obra Social, donaciones de particulares y donaciones de empresas, incluyendo el patrocinio de tres calles). Respecto a los gastos totales de 250.000 euros, un 46,2% correspondió a sueldos y salarios (84.000 euros) y seguridad social (31.400 euros). El 53,8% fueron gastos operativos de 134.600 euros, de los que las partidas mayores fueron combustible para las furgonetas del Banco (10.000 euros) y gasto telefónico (10.000 euros).

Debido a la situación de crisis de los últimos años las subvenciones han caído o se han ido retrasando en el pago, por lo que en estos momentos se desconoce si se va a poder mantener un importe similar de subvenciones públicas. Tampoco se conoce con certeza si las donaciones privadas van a disminuir o se van a mantener.

A la vista de la evolución de la crisis y caída de las subvenciones, en el Banco se empezaron a considerar proyectos para la obtención de donativos que fueran beneficiosos también para el donante desde el punto de vista de su

imagen. Entre esos proyectos desde el departamento de comunicación se propuso y aceptó el “apadrinamiento” de las calles o estanterías del almacén central.

Transformación del Banco de Alimentos de Madrid en una ciudad con calles

El proyecto denominado “Pon tu nombre a una calle del Banco de Alimentos de Madrid” surge en el año 2010, como un esfuerzo creativo para la consecución de fondos para los gastos operativos del Banco. La idea se basa de alguna forma en actividades de otras entidades no lucrativas que solicitan el “apadrinamiento” de niños o de escuelas para necesitados. Algunos ejemplos son el apadrinamiento de niños que solicitan Ayuda en Acción o Intervida, el trabajo para apadrinar una escuela rural que coordina la ONG Anupaz (Niños Unidos por la Paz) o el patrocinio a proyectos educativos que solicita la ONG Jesuita Entreculturas.

En el caso del Banco de Alimentos de Madrid el espacio más grande disponible es el almacén central (Ver Anexo II) donde van a parar todos los alimentos que facilitan los proveedores de forma gratuita y desde donde parten, también de forma gratuita, para las entidades beneficiarias que recogen alimentos cada jornada. Dicho almacén consta de 24 grandes estanterías o “calles” con un potencial de apadrinamiento anual a cambio de un donativo de 3.000 euros.

Por el momento se ha conseguido el patrocinio de tres calles, lo que supone un importe potencialmente renovable de 9.000 euros que si se consigue que aumente cubrirá un porcentaje mayor de los fondos operativos necesarios. De momento las tres calles suponen un 3,6% de los ingresos totales que son en promedio 250.000 euros, o un 5,3% de los fondos privados. Pero el potencial, en el caso de conseguir el patrocinio de las 24 calles del Banco, sería de 72.000 euros o un 28,8% de los ingresos, lo que sería muy importante ante una eventual caída de los fondos o subvenciones de carácter público.

Una “Calle” en el Banco de Alimentos de Madrid equivale a una estantería. El atractivo del proyecto se centra en varios elementos:

En general, se considera una forma de reconocimiento y prestigio el hecho de tener una “calle” en nuestra ciudad. En este caso la ciudad es el Banco por lo que el logotipo que aparece es el del Banco de Alimentos de Madrid (Ver Anexo III). El logotipo del Banco incluye a dos pajaritos que comparten la comida en un cuenco dentro de un círculo. Las placas de las calles las dona de forma gratuita Talleres Arroyo, como se señala en la web del Banco. El hecho de patrocinar una calle da pie a un evento de inauguración, con participación de los representantes del patrocinador y del Banco (Ver Anexo III).

Desde el punto de vista de la comunicación, se emite un comunicado sobre la inauguración y donación al Banco que pueden usar ambas partes para su envío a los medios de comunicación y la inserción en las páginas webs, intranets o elementos de comunicación interna para empleados o voluntarios, como boletines o memorias.

En la portada de la web (www.bamadrid.org) figura de forma destacada el proyecto y los comunicados de las calles conforme se van inaugurando. Las tres primeras calles han sido la de Alcatel-Lucent (que también patrocinó la nueva centralita del Banco), la de Caser Seguros (que además colabora con los seguros de responsabilidad civil y de los voluntarios, organizó una operación kilo de recogida de alimentos entre los empleados y envía grupos de voluntarios a ayudar una mañana en el almacén) y Hoteles e Inmuebles S.A. (que además colabora con otros

donativos mensuales al sostenimiento del Banco).

Conforme se renueve el donativo se podrá re-inaugurar cada calle por su nuevo patrocinio durante un año. El objetivo es darle al proyecto una continuidad de forma que en los próximos años se logre tener “apadrinadas” todas las calles o estanterías del Banco.

Cada año visitan el Banco de Alimentos de Madrid numerosas personalidades, empresas, medios, instituciones y centros educativos, que desean conocer la labor del Banco de Alimentos de Madrid y que visitan el almacén, donde se encuentran con las calles patrocinadas de empresas que están colaborando, con un efecto beneficioso en su imagen.

La repercusión mediática es importante porque numerosas televisiones realizan reportajes en el Banco y en cuatro ocasiones han salido las calles como un buen ejemplo de cómo se puede ayudar en los gastos operativos del Banco. El valor económico equivalente de esas apariciones en los informativos televisivos u otros programas supera con creces el valor importe de la donación de 3.000 euros.

Las características principales del proyecto son las siguientes:

La Empresa que colabora con la Fundación Banco de Alimentos de Madrid tiene carácter apolítico y es acorde a la personalidad y principios de esta organización benéfica y sin connotaciones que puedan afectar a su imagen frente a sus voluntarios o sus beneficiarios.

La Empresa donará 3.000 euros para tener o apadrinar una calle durante un año en el Banco de Alimentos de Madrid, lo que equivale a una estantería donde se almacenan los alimentos. Los doce meses contarán desde el ingreso del donativo y la colocación de la placa de la calle. Si la empresa lo desea podrá escoger entre las calles disponibles. El Banco podrá cambiar la localización de la calle si fuese necesario por obras de mejora en determinada zona del almacén o para mejorar la visibilidad de la placa correspondiente, informando a la Empresa.

El Banco encargará y situará la placa de la calle correspondiente y la Empresa podrá –si lo desea- inaugurar su calle junto con directivos del Banco de Alimentos de Madrid en forma y fechas convenidas por ambas entidades. En caso de que la Empresa no desee o no pueda inaugurar su calle se le enviará una foto desde el Banco.

El Banco facilitará el correspondiente certificado de donación a efectos de la deducción correspondiente acorde a la legislación vigente (Ley de Mecenazgo). La Ley de Mecenazgo en sus artículos 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 y 24 regula los incentivos fiscales a las donaciones, donativos dinerarios, de bienes o derechos, cuotas de afiliación y demás aportaciones que se hagan a Entidades sin Fines Lucrativos, como es el caso del Banco de Alimentos de Madrid. En el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas se alcanza una deducción de un 25% con los límites establecidos en la propia ley, y en el Impuesto de Sociedades una deducción de un 35%, también con las limitaciones previstas en la ley.

Tanto el Banco como la Empresa podrán comunicar en sus respectivas webs y comunicados o boletines/materiales informativos respecto al donativo realizado y la inauguración de la calle correspondiente. Ambas partes revisarán los contenidos o textos.

Si durante el periodo de colaboración alguna de las partes tuviese algún tema que afectase a su imagen, se procedería a retirar de forma discreta la placa de la calle hasta que remitiese el problema o ambas partes lo acordasen

hasta completar los meses restantes, sin que se afectase la donación.

La Empresa no estará obligada a renovar su donativo al año siguiente, pero si deseara hacerlo se entendería renovado el proyecto con las mismas características, pudiendo entregar su donativo frente a su calle en una nueva visita acordada entre las partes.

Conclusiones:

La situación de crisis hace presagiar una caída de ingresos tanto públicos como privados a las entidades sin ánimo de lucro, como en el caso de la Fundación Banco de Alimentos de Madrid.

La creatividad incluye construir sobre las ideas de otros, como el concepto de “apadrinamientos” diversos - de niños, escuelas - puede permitir al Banco de Alimentos de Madrid, con su “apadrinamiento” de calles, una forma de ingresos privados novedosos.

El “apadrinamiento” de calles o estanterías por parte de las empresas pasa a formar parte de su RSC o Responsabilidad Social Corporativa. El proyecto es beneficioso no sólo para la entidad benéfica, sino también en la imagen de la empresa. La donación, que según la Ley de Mecenazgo permite una desgravación a la empresa, también se ve compensada en forma de imagen positiva frente a las autoridades, instituciones y medios que visitan el Banco, e incluso en su potencial repercusión mediática.

El “apadrinamiento” de una calle permite construir el evento que supone su inauguración y comunicación a través de las webs e intranets de empleados, en forma de comunicados de prensa o, en su caso, de una convocatoria de prensa, lo que tiene el potencial de generar cobertura en los medios.

La iniciativa de convertir el Banco de Alimentos de Madrid en una ciudad con sus propias calles, tiene un potencial de aplicación en otros grandes bancos de alimentos de España o Europa.

Referencias

Boletín 2010 (Abril 2011). Banco de Alimentos de Madrid, Madrid.

Dossier 2011, Banco de Alimentos de Madrid

Fesbal (10 de junio 2011): Nota de Prensa “Millones de pobres en Europa perderán la ayuda alimentaria”

INFOBAM (Junio 2011). Boletín de Voluntarios Nº 9. Banco de Alimentos de Madrid, Madrid.

Ley de Mecenazgo. Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo (BOE, de 24 de diciembre de 2002)

www.anupaz.eu

www.ayudaenaccion.org

www.bamadrid.org

www.entreculturas.org

www.eurofoodbank.eu

www.fesbal.org

www.intervida.org

ANEXO I

Los resultados obtenidos por el Banco de Alimentos de Madrid desde su constitución han sido:

El Banco de Alimentos de Madrid colabora además en la distribución de los excedentes alimentarios aportados por el Plan de Ayuda de la Comunidad Europea a través del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA)

Año	Kilogramos de alimentos distribuidos	Nº de	Nº de
2006	4.255.324	619	126.085
2007	6.140.129	624	124.430
2008	4.718.303	618	124.420
2009	2.047.352	328	47.371
2010	2.239.040	325	57.354

ANEXO II

Imagen del almacén del Banco de Alimentos de Madrid con una calle simulada

ANEXO III

Imagen de la placa de una de las calles correspondiente a CASER SEGUROS y de un momento de la inauguración en diciembre de 2010 con los representantes de Caser y del Banco de Alimentos de Madrid.

Año	Kilogramos de alimentos distribuidos	Nº de entidades asistidas	Nº de personas beneficiarias
1994	38.947	32	6.000
1995	526.510	184	16.000
1996	995.969	205	23.000
1997	1.782.182	205	23.783
1998	1.984.456	224	26.934
1999	2.838.318	252	27.393
2000	3.504.844	258	25.299
2001	3.224.417	277	26.882
2002	3.461.250	318	30.081
2003	4.238.069	344	31.733
2004	4.828.608	334	28.931
2005	5.023.414	317	26.802
2006	4.027.697	313	30.388
2007	4.229.580	335	32.880
2008	5.159.680	355	34.763
2009	5.786.403	330	38.576
2010	6.268.064	362	38.817

Alimentos FEGA:

ANÁLISIS DE LA CREATIVIDAD EN LOS MENSAJES AUDIOVISUALES: SU UTILIZACIÓN POR PARTE DE LAS ONG EN REDES SOCIALES¹

Miguel Baños González

Profesor Titular de Universidad

Facultad de Ciencias de la Comunicación—n. Universidad Rey Juan Carlos. Campus de Fuenlabrada. Camino del Molino s/n.
28943 Fuenlabrada. Madrid. Tfn: (+34) 914887262. miguel.banos@urjc.es

Teresa C. Rodríguez García

Profesor Contratado Doctor

Facultad de Ciencias de la Comunicación—n. Universidad Rey Juan Carlos. Campus de Fuenlabrada. Camino del Molino s/n.
28943 Fuenlabrada. Madrid. Tfn: (+34) 914887262. teresa.rodriguez@urjc.es

Isidoro Arroyo Almaraz

Profesor Titular de Universidad

Facultad de Ciencias de la Comunicación—n. Universidad Rey Juan Carlos. Campus de Fuenlabrada. Camino del Molino s/n.
28943 Fuenlabrada. Madrid. Tfn: (+34) 914887262. isidoro.arroyo@urjc.es

Resumen

Las organizaciones del Tercer Sector que tienen presencia en las redes sociales lo hacen basándose en una comunicación audiovisual que viene definida por unos perfiles característicos que se pueden encuadrar en un número muy reducido de modelos o tendencias creativas. La presente investigación establece, entre otros, cuáles son los niveles de creatividad que presenta la comunicación audiovisual de las organizaciones del Tercer Sector en redes sociales, analizando los siguientes factores de la creatividad: originalidad, adecuación, coherencia interna, estética, elaboración y opacidad. Para la elaboración del estudio se llevó a cabo el análisis de una muestra de piezas audiovisuales obtenidas entre el 1 de enero y el 1 de junio de 2010 del repo-

sitorio de vídeos más utilizado en la web 2.0, YouTube; además, todas las piezas tenían que haber estado presentes en alguna o varias de las redes sociales más utilizadas por el público en general, como pueden ser Facebook o Tuenti. Del análisis de los mencionados factores de creatividad en las piezas audiovisuales se concluye que este tipo de organizaciones utilizan unos modelos de comunicación basados en una construcción uniforme y homogénea de los mensajes, lo que permite la identificación de un número muy reducido de perfiles, con características comunes, cuyo aspecto más reseñable es que se trata de piezas, en la mayoría de los casos, que no destacan por sus niveles de originalidad e innovación.

¹ Este estudio se enmarca en el proyecto de investigación CSO2009-11203 financiado en la convocatoria del Ministerio de Ciencia e Innovación dentro del Programa Nacional de Proyectos de Investigación Fundamental, en el marco del VI Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011. (IP Isidoro Arroyo Almaraz), de título: “DESARROLLO DE UN MODELO DE EFICACIA DE LA COMUNICACION PERSUASIVA DEL TERCER SECTOR EN LAS REDES SOCIALES.” Está siendo llevado a cabo por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y la Universidad de Málaga.

Palabras clave

ONG, Tercer Sector, red social, creatividad, mensaje audiovisual, comunicaci—n, originalidad.

Abstract

The third sector organizations that have been present in social networks do so based on a kind of audiovisual communication which is defined by a characteristic profiles that can be classified into a very small number of models and creative trends. This research establish, among others, which are the levels of creativity present in audiovisual communication of the third sector organizations in social networks, analyzing the following features of creativity: originality, appropriateness, internal coherence, aesthetics, design and opacity. So as to carry out the study, the analysis of 370 audiovisual communications is been developed, these samples have been get between January 1st and June 1st 2010 from the most common achive of videos on Web 2.0, YouTube, and which have been present in one or more of the social networks used by the general public, such as Facebook or Tuenti. The analysis of the above factors of creativity in audiovisual messages shows that these organizations use communication models based on a uniform and homogeneous construction of messages, making the identification of a small amount of profiles possible, with features in common, which most remarkable characteristic is, in most cases, the lack of originality and innovation.

Key words

NGO, third sector, social network, creativity, audiovisual message, communication, originality.

Introducci—n

Actualmente “estamos asistiendo a un periodo de transformaci—n social caracterizado por la emergencia de las Tecnologías de la Informaci—n y la Comunicaci—n tanto en la vida pública como en la privada, y tanto en la colectiva y grupal como en la interpersonal” (García y Gértrudix, 2009, p. 8). Desde el punto de vista de la comunicaci—n de las organizaciones, internet ha revolucionado tanto la forma que tienen de emitir sus mensajes los anunciantes como los hábitos de consumo de medios de los públicos a los que se dirigen. Estos cambios son más acusados en un segmento de poblaci—n tan importante como es el de los jóvenes, una generaci—n que ha crecido en el entorno digital, que se ha formado como nativo digital y que, desde el punto de vista de esta investigaci—n, forman el grupo más interesante ya que su principal forma de relacionarse con el mundo es a través de las redes sociales. Como plantea Martínez García (2009), todos los anunciantes tienen la idea de que “la red creada en torno a los jóvenes influye mucho más en su comportamiento que la publicidad tradicional. Esto quiere decir que se produce una enorme dependencia de los jóvenes hacia sus semejantes en sentido horizontal y una mayor confianza en fuentes no tradicionales” (p. 167).

Pero estas redes sociales tambi—n sufren un problema muy extendido en los medios de comunicaci—n: la saturaci—n de mensajes; por eso, la creatividad puede convertirse en el elemento diferencial para captar la atenci—n

de los públicos. Millones de vídeos llenan innumerables páginas que pretenden llegar a los usuarios de internet; y solamente unos pocos mensajes logran alcanzar los niveles de notoriedad deseados. Casos como el de “Amo a Laura” de la MTV o el de Safiya Husaini, salvada de morir lapidada gracias a una campaña llevada a cabo por Amnistía Internacional, han puesto de relieve el potencial de las redes sociales aunque son excepcionales por su eficacia y notoriedad. La mayoría de los mensajes transmitidos a través de las redes sociales se mueven entre un público minoritario que no necesariamente se corresponde con el segmento que le interesa al emisor. En este medio, no es suficiente con estar, es necesario saber estar para captar la atención de la gente y lograr que se conviertan, a su vez, en transmisores de esos mensajes para aprovechar el efecto multiplicador de las redes sociales.

Es cierto que las nuevas herramientas de comunicación tienen un inmenso potencial sin exigir grandes inversiones (Baños y Rodríguez, 2011) lo que las hace especialmente interesantes para organizaciones que, como las ONG, no pueden dedicar muchos recursos a comunicarse con sus públicos. De hecho, de acuerdo con un estudio llevado a cabo por la Universidad de Massachusetts Dartmouth para Marketing Research, “en 2009 el 97% de las principales organizaciones benéficas ha utilizando algún tipo de medio social, un porcentaje muy por encima del de las empresas, grandes o pequeñas, tanto en utilización como en conocimiento de este tipo de herramientas” (Baños y Rodríguez, 2011, p. 103).

Pero es necesario conocer las características de los mensajes que se transmiten en las redes sociales con el objetivo de conocer mejor las fórmulas más adecuadas para llegar al público objetivo, por eso, para esta investigación el objeto formal son los mensajes audiovisuales emitidos a través de las redes sociales por organizaciones e instituciones que se integran dentro de lo que se conoce como el Tercer Sector. Y, dentro de estos mensajes, nos vamos a centrar en un elemento fundamental en las comunicaciones de marketing: la creatividad, un aspecto que ha sido ampliamente investigado, especialmente en el ámbito de la publicidad, pero que se debería considerar fundamental también en los mensajes que se transmiten a través de los nuevos medios.

Objetivos

En primer lugar, pretendemos conocer mejor las características de los mensajes que las organizaciones que se integran dentro de lo que se conoce como Tercer Sector transmiten a través de las redes sociales. Es este un aspecto fundamentalmente para hacer un “retrato robot” de este tipo de comunicaciones y conocer qué tipo de acciones se llevan a cabo en este medio y cuál es su potencial eficacia.

En segundo lugar, vamos a analizar la creatividad de estos mensajes audiovisuales a través de algunos factores de la creatividad tradicionalmente estudiados en investigaciones sobre creatividad en general y utilizados, también en particular, cuando se investiga en el terreno de la creatividad publicitaria (Baños, 2001 y 2009; Arroyo, 2005).

Metodología

Selección de la muestra

En el artículo 71 de la Carta de las Naciones Unidas aparece por primera vez, de forma oficial, la expresión Organización No Gubernamental (ONG). Se trata de organizaciones sin ánimo de lucro, que, además, prestan

servicios o realizan funciones de tipo humanitario o social y son independientes de gobiernos o estados. Estas organizaciones forman lo que se suele denominar Tercer Sector. Aunque cuando se emplea esta expresión se puede hacer desde diferentes enfoques o perspectivas, nosotros nos centramos en aquel que lo identifica con el Sector No Lucrativo; este enfoque resulta especialmente válido para este trabajo ya que las entidades para pertenecer a él deben “cumplir con la definición operativa adoptada por el estudio comparativo internacional liderado por el equipo de la Universidad Johns Hopkins” (Fundación Luis Vives, 2010: 10) lo que supone:

- Estar organizadas formalmente.
- Ser privadas.
- Sin ánimo de lucro.
- Tener capacidad de autocontrol institucional de sus actividades.
- Contar con algún grado de participación voluntaria.

Aunque al analizar las comunicaciones que llevan a cabo estas organizaciones en las redes sociales se comprueba que pueden ser de naturaleza diversa (audiovisual, sonora...), en esta investigación nos limitamos a los mensajes audiovisuales ya que es la modalidad que ofrece mayores y mejores posibilidades de aprovechamiento de las importantes ventajas que las redes sociales ofrecen a todo tipo de organizaciones, entidades e instituciones.

De esta forma, nuestro universo de estudio está compuesto por todas las comunicaciones audiovisuales llevadas a cabo en las redes sociales por organizaciones integradas en lo que se conoce como el Tercer Sector, sean estas ONG, administraciones públicas, empresas privadas, etc. Y dentro de este universo, hemos delimitado una muestra de análisis intencionada utilizando una serie de criterios que se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Tienen que ser mensajes audiovisuales que sirvan a causas de interés social, independientemente del tema y del tipo de emisor.
- Estos mensajes tienen que estar activos en alguna red social durante un periodo de tiempo concreto (primer semestre de 2010).
- Mensajes que tienen que estar realizados en un idioma del estado español (castellano, catalán, vasco y gallego). Idioma que debe ser el que se utilice tanto en los elementos textuales como sonoros.
- Los mensajes tienen que haber sido creados, realizados o adaptados por organizaciones españolas o por las oficinas españolas de organizaciones internacionales.

A pesar de utilizar estos criterios para seleccionar la muestra, la diversidad de posibilidades que ofrecen las redes sociales hace prácticamente imposible que podamos acceder a todas las comunicaciones que cumplen con ellos; por este motivo, finalmente, tomamos la decisión de seleccionar aquellas organizaciones, fundaciones, etc. que contaban con un canal en YouTube dentro de la categoría ONG y activismo (dejando al margen los canales que se centraban en este último tema). Para evitar que la muestra se limitase a YouTube, con los problemas que hay sobre su consideración como red social o medio social, optamos por seleccionar solamente los mensajes audiovisuales que, además de estar en este repositorio de vídeos, el más utilizado en la web 2.0, tenían que haber circulado por otras redes sociales, como Facebook o Tuenti. En la elección de YouTube se ha tenido en cuenta la importancia que tiene hoy en día ya que como señala Larrañaga y Ruiz (2009) “está produciendo una transformación radical de los mensajes publicitarios. Se incrementa el uso del marketing viral, y se produce una

vuelta al boca'odo cl'isico (...) y el acceso no a los contenidos como receptor del mensaje sino como creador-productor, distribuidor y exhibidor del mismo" (pp. 128129).

Una vez aplicados los criterios descritos, finalmente se utiliz— una muestra de mensajes audiovisuales realizados por diferentes organizaciones y transmitidos a trav'zs de redes sociales; podemos considerar que, el conjunto de estos mensajes, es representativo de las comunicaciones que se llevan a cabo en las redes sociales dentro del Tercer Sector.

Unidades de análisis y variables

Para esta investigaci—n se parte del an'lis, en los mensajes audiovisuales transmitidos por organizaciones del Tercer Sector a trav'zs de redes sociales, de diferentes factores de la creatividad utilizados anteriormente en investigaciones sobre la creatividad de los mensajes publicitarios:

- Adecuaci—n: se valora si la idea es adecuada para alcanzar los objetivos que deber'a perseguir el mensaje audiovisual analizado.
- Originalidad: se determina si la idea tiene capacidad para llamar la atenci—n al receptor y si se considera que es una idea novedosa.
- Coherencia interna: se valora si en el mensaje se armonizan los elementos que aparecen formando un todo dotado de sentido. No se trata de una coherencia lineal y l—gica; este tipo de comunicaciones, a veces, por pretender captar la atenci—n, puede tener cambios estructurales que rompen el orden "normal" por lo que aqu' se aproxima a la idea de sentido, donde la coherencia
- no tiene en cuenta solamente lo que se dice en el mensaje sino tambi'zn lo que el receptor tiene almacenado en su memoria. Elaboraci—n: se investiga si el mensaje est' bastante trabajado, si cuenta con cantidad de detalles...
- Est'etica: se analiza si el mensaje audiovisual gusta porque es bello, elegante,...
- Opacidad / claridad: se valora si la idea expresa de una forma clara o evidente lo que se quiere comunicar o lo hace de una forma dif'cilmente comprensible.

Recogida de datos

Seleccionada la muestra y definidas las variables descritas anteriormente, se realiz— el dise—o de un cuestionario que permitiese recoger los datos obteniendo los valores de las variables.

El cuestionario dise—ado para analizar los mensajes audiovisuales emitidos por organizaciones del Tercer Sector a trav'zs de redes sociales incluye diferentes 'tems, que se valoran en funci—n del nivel que alcanzan en las piezas. Espec'ficamente para este estudio se elabor— un libro de c—digos recogiendo las diferentes variables a investigar lo que permiti— traducir los resultados del an'lis a indicadores num'ricos para su posterior tratamiento estad'stico.

Evaluación.

Para llevar a cabo la evaluación de las variables de creatividad en los mensajes audiovisuales se recurrió a un grupo de jueces que recibieron una preparación específica para realizar el análisis. La utilización de jueces es una práctica frecuente en investigaciones sobre publicidad ya que evita la subjetividad que se puede producir cuando se recurre a un único evaluador que hace las valoraciones de acuerdo exclusivamente con su propio criterio, algo especialmente complicado en un terreno como el publicitario en el que las posibilidades de los mensajes para captar la atención del espectador están muy relacionadas con su originalidad y capacidad para diferenciarse de otros mensajes de anunciantes competidores.

En la investigación participaron veinte jueces que evaluaron los mensajes incluidos en la muestra de acuerdo con los criterios establecidos y recogidos en el libro de códigos.

1. Resultados de la investigación

En esta investigación queremos conocer la relación que existe entre los factores de la creatividad evaluados y diferentes aspectos presentes en los mensajes audiovisuales analizados. Como nos estamos refiriendo a las piezas que forman parte de la muestra seleccionada, las puntuaciones obtenidas serán las valoraciones que los jueces hayan dado en cada caso. Para comprobar la relación llevamos a cabo un análisis estadístico de correlaciones cuyos resultados pasamos a comentar a continuación.

1.1. Correlación entre los factores de la creatividad

En este punto vamos a ver la relación que existe entre los factores de la creatividad analizados.

En primer lugar, destaca la correlación significativa y positiva entre la elevada originalidad con el resto de factores analizados: adecuación, coherencia, elaboración, estética y opacidad.

La adecuación, además de con la originalidad, correlaciona positiva y significativamente con la coherencia interna y con la elaboración; es fácil pensar que el mensaje al considerar que tiene más detalles (elaboración) puede verse como más dotado de sentido y, desde este punto de vista, más adecuado para comunicar lo que se quiere transmitir.

La coherencia interna correlaciona negativa y significativamente con la opacidad, es decir, cuanto menos claro está el contenido del mensaje (más opaco), menos coherente se considera o, en otras palabras, menos sentido tiene para el receptor.

La estética correlaciona positiva y significativamente con la elaboración, es decir, se considera que al aumentar el número de detalles o, en otras palabras, el mensaje está más “trabajado”, aumenta también la belleza del mensaje.

1.2. Correlación entre la creatividad y los tratamientos de los mensajes.

En este punto vamos a analizar la relación que existe entre los tratamientos publicitarios (también llamados géneros publicitarios, estilos publicitarios, caminos para la creatividad, tipos de publicidad... dependiendo del autor que utilicemos como referencia) y la creatividad publicitaria en mensajes audiovisuales transmitidos a través de redes sociales. Independientemente de la denominación, aquí nos referimos a lo que para Weilbacher (1979) se corresponden con las diversas formas en las que una llamada concreta se convierte en un anuncio; y él lo denomina tratamiento. Lo que nos interesa, sin entrar en discusión sobre la expresión más adecuada, es comprobar que hay algunas características diferenciales que nos permiten agrupar y clasificar los mensajes analizados en categorías independientes, siendo conscientes de que en estos mensajes (como los géneros en cine) tienen una gran flexibilidad estilística.

Para esta investigación hemos clasificado los mensajes en las siguientes categorías: humor, demostración, dramatización, presentador, testimonial, comparación y problemasolución.

El humor correlaciona significativa y positivamente con la originalidad, la estética y la opacidad. De alguna forma, las piezas humorísticas tienden a la originalidad y a la belleza, pero en su contra tienen que el contenido no se transmite de una forma clara para que el receptor lo perciba fácilmente.

La demostración correlaciona con la adecuación por lo que podemos decir que es un tratamiento apropiado para transmitir este tipo de mensajes de carácter social.

La dramatización correlaciona con la originalidad; el caso contrario es del presentador que correlaciona negativamente con la originalidad. En ambos tratamientos no hay ninguna otra correlación significativa con los factores de la creatividad analizados. Algo parecido sucede con el testimonial que correlaciona positivamente con la baja originalidad y negativamente con la elaboración, es decir, la aparición de

personas que cuentan su propia experiencia en relación con la organización, da como resultado mensajes poco originales y con pocos detalles.

De la comparación podemos destacar su correlación positiva y significativa con una opacidad muy elevada, es decir, que al utilizar este tratamiento los contenidos del mensaje quedan ocultos y son difícilmente comprensibles.

Por último, el problemasolución correlaciona positivamente con la elevada coherencia, algo hasta cierto punto lógico ya que en este tipo de mensajes, con mucha frecuencia, se muestran los problemas a los que se enfrenta una organización y la forma que utiliza de resolverlos.

1.3. Correlación entre la creatividad y las ideas de los mensajes.

En este punto los jueces diferenciaron las ideas implícitas de las explícitas que se encontraban en los mensajes.

Cuando el contenido se transmite a través de ideas implícitas se da una correlación positiva y significativa con el factor originalidad y con la opacidad. Esta última relación parece lógica si tenemos en cuenta que en ambos casos le estamos exigiendo al receptor un esfuerzo para captar el mensaje que se le quiere hacer llegar. La correlación es positiva también con niveles muy bajos de estética lo que puede deberse al tipo de mensaje con

el que estamos trabajando.

Las ideas explícitas correlacionan negativamente con la originalidad y con la opacidad; la última relación es lógica ya que el contenido explícito es, al mismo tiempo, evidente y fácil de comprender. Estas ideas, por el contrario, correlacionan positivamente con la adecuación y la coherencia.

1.4. Relación entre la creatividad y la modalidad oracional.

En este apartado diferenciamos varios tipos de frases: enunciativas, exclamativas, dubitativas/posibilidad, interrogativas, desiderativas/optativas y exhortativas/imperativas.

Aquí nos encontramos con muy pocas correlaciones por lo que tenemos que concluir que la modalidad oracional no tiene mucha relación con los factores de la creatividad analizados.

Las frases enunciativas, las que simplemente informan de algo, correlacionan positivamente con la baja originalidad y con la elevada coherencia. Las exclamativas solamente correlacionan positivamente con la adecuación. Las dubitativas/posibilidad correlacionan positivamente con la baja coherencia y con la elevada opacidad, es decir, este tipo de frases dificultan la comprensión del mensaje y reducen su coherencia. Las desiderativas/optativas solamente correlacionan con niveles elevados de estética. Y las exhortativas/imperativas correlacionan negativamente con la baja originalidad y, positivamente, con elevados niveles estéticos.

Las frases interrogativas son las que muestran mayores correlaciones con los factores de la creatividad: lo hacen positivamente con una elevada originalidad, con unos niveles altos de estética y con la elaboración de los mensajes; también correlacionan positivamente con unos niveles de opacidad normales. En definitiva, en este tipo de mensajes, la modalidad interrogativa es el tipo de frase que mejor correlaciona con la creatividad.

1.5. Relación entre la creatividad y las figuras retóricas.

En este apartado analizamos la relación existente entre los factores de la creatividad y las figuras retóricas dominantes en el mensaje. Concretamente nos centramos en: metáfora, metonimia, hipérbolos, elipsis, paradoja, analogía y s'mil.

Ya anticipamos que, en general, las figuras retóricas no tienen una gran relación con los factores de la creatividad analizados, salvo el caso de la opacidad.

Las dos figuras retóricas que correlacionan positiva y significativamente con elevados niveles de originalidad son la hipérbolo y el s'mil.

Con la adecuación solamente correlaciona la hipérbolo, y lo hace de forma negativa. Parece deducirse que la exageración se considera poco adecuada cuando se utiliza en los mensajes que las organizaciones del Tercer Sector transmiten a través de las redes sociales.

En relación con la coherencia, la analogía correlaciona positiva y significativamente cuando este factor tiene un nivel bajo.

La estética correlaciona positivamente con el s'mil y con la metáfora; también correlaciona positivamente esta última figura con elevados niveles de elaboración.

Finalmente, la opacidad es el factor que mayores correlaciones tiene con las figuras retóricas. Concretamente, la metonimia, la paradoja y el símil correlacionan de forma positiva y significativa con elevados niveles de opacidad; podemos concluir, que las figuras retóricas no facilitan la claridad del mensaje.

1.6. Relación entre la creatividad y los aspectos formales de los mensajes

Vamos a centrarnos únicamente en algunos de los aspectos más destacados surgidos en la investigación en relación con los elementos textuales y con los sonoros de los mensajes que forman parte de la muestra.

En relación con el sonido:

- El monólogo es el elemento hablado que más correlaciones negativas y significativas tiene con los factores de la creatividad; concretamente lo hace con la originalidad y con la estética.
- La voz en off de hombre correlaciona positivamente con la adecuación y con la coherencia; curiosamente la de mujer no muestra ninguna relación significativa con los factores de la creatividad.
- El ruido extradiegético correlaciona positivamente con la originalidad, mientras que el diégético lo hace negativamente con la originalidad y con la estética.
- La música extradiegética correlaciona positivamente con la estética y con la elaboración, la diégética no correlaciona significativamente con ningún factor de la creatividad.

En relación con el titular y el cuerpo de texto.

- La originalidad correlaciona con situaciones menos convencionales de los titulares (parte derecha), con los cuerpos de texto medianos y con tipografías tipo rotuladas.
- La adecuación lo hace con titulares de gran tamaño, cuerpo de texto pequeño y tipografía de palo seco, seguramente por la facilidad para leer estos elementos.
- La coherencia correlaciona negativamente con las tipografías rotuladas tanto en el titular como en el cuerpo de texto.
- La estética correlaciona con mensajes que tengan titular grande, situado a la derecha y de tipografía decorativa; también con los cuerpos de texto medianos con tipografía decorativa.
- La elaboración correlaciona con un titular grande o extragrande de tipografía decorativa y con un cuerpo de texto grande situado en la parte superior derecha.
- Finalmente, la opacidad correlaciona con un titular extragrande a toda pantalla y un cuerpo de texto medio situado en la mitad superior.

En relación con la Identidad Visual Corporativa destacamos las correlaciones positivas y significativas de la utilización del logotipo con la coherencia, la estética y la baja opacidad; es interesante ver cómo la presencia del logotipo clarifica el mensaje que se quiere transmitir ya que lo asocia a una organización con una imagen corporativa definida. La utilización solamente del logotipo correlaciona positivamente con la elevada opacidad, seguramente porque no se identifica con claridad a la organización. Para finalizar, el empleo del nombre solamente correlaciona positivamente con bajos niveles estéticos.

Conclusiones

Las principales conclusiones que se derivan de esta investigación la podemos resumir en:

- El hecho de que la elevada originalidad de los mensajes correlacione positiva y significativamente con todos los otros factores analizados pone de relieve la importancia que tiene la originalidad en la valoración de la creatividad. La correlación entre coherencia y adecuación demuestra que un mensaje que se valora como adecuado para solucionar un problema de comunicación, se percibe con unos niveles de coherencia superiores y está dotado de mayor sentido. También la adecuación correlaciona positivamente con la elaboración, poniendo de relieve que los detalles pueden ayudar a completar el sentido de los mensajes lo que les hace más adecuados para transmitir un contenido concreto. El hecho de que la coherencia interna correlacione negativamente con la opacidad nos permite pensar que la coherencia interna va asociada a la claridad del mensaje; es decir, al incrementarse las dificultades para entender un contenido determinado (o queda oculto para el receptor) se reduce la coherencia y el sentido de ese mensaje. En cuanto a los tratamientos (géneros, estilo, caminos...), el más relacionado con la creatividad es el humor; es el que tiene más capacidad para llamar la atención del público, sin embargo, no es el más apropiado para transmitir un mensaje de forma clara y comprensible. Este puede ser el motivo por el que la adecuación y la coherencia interna se relacionan con tratamientos como la dramatización o el problemasolución, fórmulas capaces de transmitir un mensaje de una forma menos original pero más adaptadas a la situación y con más sentido para el espectador.
- Las correlaciones de las ideas implícitas y explícitas con los factores de la creatividad pone de manifiesto la relación entre la originalidad y las ideas implícitas; sin embargo, las ideas explícitas hacen que el mensaje sea más adecuado para solucionar los problemas de comunicación de las organizaciones del Tercer Sector; es obvio que si se explicita el mensaje, la opacidad se va reduciendo en la misma proporción que se incrementan las posibilidades de comprensión a través de las ideas explícitas.
- No se dan correlaciones importantes entre los factores de la creatividad y la modalidad oracional utilizada en los mensajes audiovisuales analizados. De todos modos, son las frases interrogativas las que muestran las correlaciones más elevadas y, por lo tanto, las que más pueden influir en los niveles de creatividad de estos mensajes.
- Similar a lo que sucede con la modalidad de las oraciones es lo que ocurre con la utilización de figuras retóricas. Hay muy pocas correlaciones con los factores de la creatividad salvo en el caso de la opacidad que mantiene unos niveles significativos con la metonimia, la paradoja y el símil; en otras palabras, las figuras retóricas no clarifican el mensaje que transmiten las organizaciones del Tercer Sector en sus mensajes audiovisuales emitidos a través de las redes sociales.
- En relación con el sonido, destaca la correlación negativa del monólogo con la creatividad. También destacan las diferencias que muestran las correlaciones que se dan entre los factores de la creatividad y la utilización de la voz en off masculina y los que se producen con la voz en off femenina; de acuerdo con los resultados de la investigación la voz masculina influye en la adecuación y en la coherencia de los mensajes, mientras que la femenina no correlaciona con ninguno de los factores estudiados. Siguiendo con el sonido, se destaca que entre los factores de la creatividad y la utilización de la música y del ruido extradiegético hay una mayor relación que con la música y el ruido diégético.

- En cuanto al titular y el cuerpo de texto, la originalidad se suele asociar a posiciones, tamaños y tipografías menos utilizadas en este tipo de acciones.

Referencias

Arroyo, I. (2005). *La profesión de crear*. Madrid: Ediciones del Laberinto.

Baños, M. (2001). *Creatividad y publicidad*. Madrid: Ediciones del Laberinto.

Baños, M. (2009). El humor como factor de creatividad en la publicidad televisiva, *Comunicación y Hombre*, n° 5, pp. 101-123.

Baños González, M. y Rodríguez García, T. C. (2011). Las comunicaciones de las ONG en medios virtuales 3D. Un estudio exploratorio en Second Life, *Comunicación y Hombre*, n° 7, pp. 101-123.

Fundación Luis Vives. Anuario del Tercer Sector de Acción Social en España [en línea]. Recuperado de <http://www.fundacionluisvives.org/servicios/publicaciones/detalle/54589.html>

García, F. y Gértrudix, M. (2009) El Mare Nostrum Digital: mito, ideología y realidad de un imaginario socio-técnico. *Revista Icono14*, n° 12 pp. 07-30 [en línea]. Recuperado de <http://www.icono14.net>

Larrañaga, J. y Ruiz, A. (2009) El modelo de negocio de Youtube. *Revista Icono14* [en línea]. 1 de mayo de 2009, *Revista Icono14*, n° 12 pp. 109-131 [en línea]. Recuperado de <http://www.icono14.net>

Martínez García, M. A. Redes sociales, contenidos publicitarios y dispositivos móviles. *Revista Icono14* [en línea] 1 de mayo de 2009, N° 12. *Revista Icono14*, n° 12 pp. 162-173 [en línea]. Recuperado de <http://www.icono14.net>

Weilbacher, W. M. (1979). *Advertising*. New York: Macmillan Publishing.

LA CIUDAD LÚDICA

Ocio y deporte en
la ciudad



CIUDAD, OCIO, NOCHE, JÓVENES: ENTORNOS DE LA DROGADICCIÓN

Mercedes García Toribio

Facultad Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. (España)

Tel. 609115212. Email: mercedesg@challenge.es

Resumen

Cualquiera puede darse cuenta que el ocio adolescente, el tiempo, las vivencias y las actividades que llevan a cabo los jóvenes en las ciudades, han variado en los últimos tiempos. El tiempo libre de los adolescentes se entiende como un tiempo fuera del colegio. Pero el tiempo que emplean los adolescentes practicando el juego libre en la calle de la ciudad, se ha ido reduciendo y, por el contrario, ha ido aumentando el tiempo que se dedica a la formación académica. Así pues, hoy en día, a diferencia de lo que ocurría hace algunos años, el tiempo libre de los adolescentes está ocupado por ciertas obligaciones y formaciones complementarias. Obligaciones que se llevan a cabo durante la semana, y que se han convertido en un “tiempo rutina”, pero que cambia por completo durante el fin de semana. Porque los adolescentes, además de tener un tiempo libre totalmente programado y estructurado, “todo cambia” cuando llega “el finde”. Se centran en sus relaciones personales, donde las “salidas nocturnas” por la ciudad, ocupan un espacio muy importante para ellos. Y es en estos

momentos de ocio, cuando los jóvenes se exponen en mayor medida a diferentes riesgos.

El “salir de marcha” está muy relacionado (sin generalizar) con mantener ciertas “conductas peligrosas”, como el consumo de drogas legales e ilegales, el mantenimiento de relaciones sexuales sin medidas preventivas, la posibilidad de verse envueltos en peleas o discusiones, etc. Y nos encontramos con que los jóvenes se acercan a estos peligros cada vez más jóvenes y siempre dentro de estos círculos de diversión.

Este ocio lleva asociado un consumo importante de alcohol y de otras drogas ilegales, en donde se ha banalizado su consumo y ha dado lugar a la aparición de fenómenos sociales como el “botellón” y la proliferación de las “drogas de síntesis”. Ocio que tiende a una progresiva homogeneización tanto en las actividades como en el lugar –la calle de la ciudad– y tiempo –la noche, especialmente el fin de semana– en que se desarrolla y en el sentido que adquiere.

Palabras clave

Jóvenes, adolescencia, ciudad, noche, diversión, ocio, hábitos, alcohol, drogas, riesgos.

Abstract

Anyone can see that leisure time for adolescents and the activities that they carry out in the cities, have changed over time. By adolescent leisure time we mean that time spent away from school. But the time they spend playing some game on city streets has been reduced increasing time spent on academic studies. So nowadays, contrary to what happened some years back, leisure time of teenagers has been taken over by obligations and side or complimentary studies and activities. Obligations that are being carried out during the week and that have been turned into a “rutine” but, that, drastically changes during the weekend. Because teenagers, other than having totally programmed and structured free time, everything changes during the weekend. Personal relationships take a main stand and a night out in the city is very important for them. It is during this time that youngsters are greatly exposed to different sorts of risk factors.

“Going out to party” is related (without making generalizations) with reckless behavior like taking legal as well as illegal drugs, having unprotected sex, and getting involved in fights. We have found that youngsters are being exposed to these dangers at an even earlier age and always among these circles.

This leisure time is linked to important drug and alcohol intake, where its use has been trivialized and has inspired the appearance of social phenomenon like the “Botellón” and the proliferation of “synthetic drugs”.

Leisure time that tends towards a progressive homogenization in the activities having as a setting the city streets, the time of day: Nighttime, especially during weekends, where it takes place and the sense that it acquires.

Key words

Youngsters, adolescence, city, night, fun, leisure, alcohol, drugs, risks

Introducción

Pretendemos con este trabajo de investigación tener un mayor conocimiento del ocio que en la ciudad llevan a cabo los jóvenes. Para ello estudiaremos los cambios actitudinales de nuestro público objetivo y sus nuevas actividades recreativas. Veremos la evolución que ha sufrido el ocio en esa etapa de transformación de los jóvenes, que es la adolescencia. Ocio que lleva asociado un consumo importante de alcohol y de otras drogas legales e ilegales.

A lo largo de este artículo revisaremos la literatura actual sobre el tema que nos ocupa, e iremos analizando aspectos como su ocio, sus actividades, la “noche de los jóvenes”, la drogadicción, sus efectos físicos, sociales y psicológicos, su influencia en los adolescentes, y la estrecha relación entre el alcohol y las drogas.

Respecto al diseño de la investigación, la técnica utilizada es la Investigación Secundaria. En base a este análisis haremos una interpretación de los datos, analizando la relación existente entre la ciudad, el ocio, los jóvenes, la noche, las drogas, sus peligros y los retos de utilizar los recursos de la ciudad como medio de prevención y de vida saludable. Finalmente presentaremos las conclusiones obtenidas a lo largo de todo este estudio.

Objetivos

Los objetivos que pretendemos conseguir con este trabajo de investigación son los siguientes:

- Tener una visión más amplia de la conducta de los jóvenes, sus hábitos, sus actividades y centrarnos en su propio ocio, para prevenirles de ciertas adicciones que se llevan a cabo cuando están disfrutando de su tiempo de ocio.
- Analizar el tratamiento que se les da últimamente a las drogas (como un producto de consumo más), facilitando a los jóvenes que se acerquen a ellas cada vez más pronto y siempre dentro de sus círculos de diversión.
- Concienciar a los jóvenes que es necesario un cambio en su comportamiento, por lo que necesitamos conocer sus necesidades y deseos, entender sus actitudes, para poder educarles hacia hábitos de conducta saludables.
- Proporcionar a los jóvenes información adecuada para que aprendan de una manera consciente y responsable a tomar decisiones correctas sobre el consumo de sustancias legales e ilegales.

Metodología

El método utilizado para la investigación es la Investigación Secundaria, basada en primer lugar en la documentación de las Investigaciones sobre Drogadicción y Jóvenes, obtenida a través del Sondeo de Opinión del Observatorio de la Juventud en España, y en segundo lugar por los datos de la Encuesta Estatal sobre el Uso de Drogas en Estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14 a 18 años.

1. Teorías previas

En este primer apartado de nuestro trabajo vamos a ir revisando la literatura actual existente sobre el tema de nuestra investigación, analizando aspectos como la evolución que ha sufrido el ocio de los jóvenes en los últimos años, sus peligros y sus riesgos, deteniéndonos en la noche y las drogas.

1.1. Los peligros derivados del ocio

Los adolescentes (desde finales de los años 90) perciben el mundo de una manera muy diferente a como lo hacen los adultos. Configuran el ocio como un espacio fundamental en su vida, donde pueden sentirse realizados y donde afianzan su identidad tanto personal como colectiva. Es para ellos un espacio privilegiado: El tiempo con más intercambios de normas, de conducta y de valores. Resulta ser el momento más importante para fomentar y mantener sus relaciones, además de cumplir una función de evasión frente a las obligaciones cotidianas, para relajar sus mentes de la disciplina y tensiones educativas y laborales de la semana. Y este espacio está perfectamente definido. Los jóvenes se reúnen para compartir, hay una distensión después de todas las obligaciones, y se encuentran al margen del control del adulto. Tienen sus normas, sus grupos, sus preferencias y son ellos los que marcan qué hacer y cómo hacerlo. El ocio ya no es un privilegio de la élite, es un fenómeno social que nos afecta a la mayoría. Básicamente es un ocio asentado en el consumismo y concentrado en los fines de semana.

Autores que evaluaron el Programa “Redes para el Tiempo Libre. Otra forma de moverte” consideran que “para los jóvenes el ocio significa un espacio de experiencias significativas dónde encuentran el protagonismo para asumir responsabilidades. Es un elemento socializador de primer orden”. (Castell Miñana, M.; García Fernández, J.L.; Llenas García, J.; Martínez Bernat, L.; y Matarranz del Amo, M., 2001).

La Encuesta Europea de Valores en España (2006), refleja que “el 80,4% de los jóvenes de España señala el ocio como algo importante o muy importante, situándolo en el cuarto puesto de interés detrás de los amigos y conocidos, el trabajo y la familia”. (Morales, I., 2006)

Y derivado del ocio que disfrutan los jóvenes de hoy en día, se pueden producir una serie de conductas de riesgo entre los adolescentes, las cuales suelen surgir durante la “noche” cuando “salen de marcha con sus amigos”, entre las que se incluyen el consumo de alcohol y otras drogas.

La “Noche de los jóvenes”: El profesor de Derecho Penal en la Universidad Pontificia de Comillas, D. Julián C. Ríos Martín, (2005), en un artículo titulado “La noche de los jóvenes ¿Moda o rebeldía?, dice “el joven se libera de los elementos restrictivos del día. La noche es su espacio; sus padres están ausentes. No hay horarios ni censura. La noche es a la vez divertida, porque en ella se descubren cosas desde la autonomía. También es divertida, porque aparecen dos personalidades: por un lado, lo fantástico de lo autónomo y, por otro, la inmadurez y la inseguridad. La noche se convierte para los jóvenes en lugar de denuncia y rebeldía.”

La “noche del fin de semana” es para muchos jóvenes lo que le da sentido al resto de la semana. En este espacio de encuentro, tal vez puedan anesthesiarse, desinhibirse, consumir alcohol u otras sustancias, y hacer cosas que no harían sin el efecto de estos sustitutos.

Pero ¿qué tiene la noche que no tenga el día? Según Gema Salgado (2001) “un encanto especial: supone un montón de horas por delante para disfrutar y compartir cosas con los amigos, es libertad y es misterio. Ganar horas al reloj hasta regresar de madrugada se convierte en uno de los mayores logros juveniles. La noche apela a los sentidos, a los sentimientos, facilita un espacio de sueños y diversión donde es posible evadirse de la rutina y de la responsabilidad cotidiana. La noche oculta la inseguridad y les hace vivir en un presente centrado en el ahora”.

“Salir por la noche con los amigos”, en especial los fines de semana, lo que algunos investigadores denominan “esparcimiento nocturno” y en el argot juvenil se conoce como “salir de marcha”, concede a los jóvenes mayores posibilidades de socialización, otorgándoles un sentimiento de autonomía e independencia, percibiendo la noche como su tiempo exclusivo, y las calles vacías y los bares y discotecas que frecuentan como su territorio. Dice Iglesias de Ussel, (1997, 63) “al hacer suya la noche y la calle, los jóvenes anulan el dominio que los adultos han ejercido con anterioridad sobre sus horarios y sus vidas. Precisamente la calle, al ofrecer mayor visibilidad, al permitir mayor movilidad para potenciar los encuentros interpersonales, y al no obligar a ningún desembolso económico se convertirá en la protagonista de las noches de marcha juveniles”.

La calle de las ciudades ha adquirido en los últimos años una especial relevancia en el ocio juvenil, potenciada particularmente por el fenómeno del “botellón” (descendiente de la “litrona”), que se ha impuesto como una supuesta cultura juvenil alternativa, porque es la única forma de pasarlo bien el “finde”. Millones de jóvenes españoles (y cada vez a edad más temprana) se reúnen para ingerir de forma compulsiva grandes cantidades de alcohol, en calles y plazas, generando la protesta de los vecinos a los que se niega su derecho a descansar. De esta forma, se hacen amigos, muy divertidos y se tiene oportunidad de charlar. Cada noche de viernes y sábado se

repetirá la misma situación. Más noches, más alcohol, creando un hábito muy difícil de eliminar, el hábito de la desinhibición.

Pero ¿a qué se debe el abuso del alcohol por parte de los jóvenes durante el fin de semana? ¿Qué pretenden demostrar con esta actitud? El psiquiatra Castells (2001) afirma que “el alcohol no se identifica en nuestra cultura como una sustancia peligrosa. Emborracharse desinhibe -dice, provoca la risa fácil, hace al joven creerse el rey del mambo. Es la droga más extendida en el mundo, la más aceptada y la más antigua. Al formar parte de nuestra vida familiar y social no se percibe como una sustancia peligrosa, ni siquiera como una droga, cuando en cantidades importantes, como las consumidas por los jóvenes en un fin de semana, puede llegar a causar un coma etílico o la muerte”.

Pero consumir alcohol forma parte de una moda que se impone, como el llevar una marca de zapatillas o ir a restaurantes de comida rápida. La publicidad y los medios de comunicación han creado unos valores en los que el alcohol es parte fundamental. El alcohol tiene, además, su propia cultura de conocimientos, compuesto por marcas, tipos y denominaciones, que sitúan al adolescente en un status específico.

1.2. Los adolescentes y las drogas

Hablar de adolescentes y ocio es hablar del fin de semana; y hablar del fin de semana lleva implícito hablar del consumo masivo tanto de alcohol como de otro tipo de drogas ilegales. Los jóvenes, en mayor o menor grado, consumen alcohol de forma masiva y gran parte de ellos ha experimentado con alguna droga ilegal (cannabis, cocaína y éxtasis, fundamentalmente). No es de extrañar que Bobes y Calafat (2000) muestren su preocupación por “la extensión creciente y la banalización del consumo de drogas” por parte de los jóvenes y por la falta de información contrastada a la que tienen acceso, lo que hace que muchos de esos jóvenes lleguen a “conclusiones y decisiones erróneas sobre el consumo”.

En una investigación realizada por la FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción), (2004) “La percepción social de los problemas de drogas en España. 2004”, señala en sus conclusiones que “estamos inmersos en una tendencia al debilitamiento de la visión de los riesgos de las drogas, incluso a su banalización; pero, aún más, la tendencia es a subrayar la dimensión de los beneficios”.

Los datos que maneja el Ministerio de Sanidad ponen en evidencia “un cambio en los patrones de consumo y un descenso en la percepción de la gravedad que acarrea el consumo de drogas pese al notable incremento del consumo de sustancias adictivas, asociado al ocio durante el fin de semana, especialmente de cannabis, cocaína y éxtasis”. (Plan Nacional sobre Drogas, 2005).

Ignacio Calderón de la FAD afirmó que en la proliferación de estos consumos influyen factores de ámbito social como “las modas o las aspiraciones colectivas” y que “estamos llegando a un punto en el que, para muchos adolescentes y jóvenes, “ser ‘normal’, estar integrado en el grupo, vivir de forma natural su socialización, tiene más que ver con consumir drogas que con no consumirlas”. En este sentido, destacó que el 60% de la población española entre 15 y 65 años opina que “las drogas son para divertirse” y que los jóvenes consideran que “consumir drogas en el ámbito de ocio es imprescindible”.

1.3. Drogas más consumidas por los jóvenes

El alcohol, junto al tabaco son las drogas más consumidas por los jóvenes españoles. “El alcohol ha dejado de ser un medio a través del que socializarse y afianzar la pertenencia al grupo de iguales, para pasar a ser un fin en sí mismo para los jóvenes” (Elzo, 1999).

Junto al consumo de alcohol, las “noches de marcha” conllevan en un sector de la población juvenil, el uso recreativo de otro tipo de drogas que son ilegales, aunque no parece que la facilidad para adquirirlas y la generalización de su consumo, se vean limitados por ello. Así el cannabis se convierte en la droga ilegal más extendida entre los jóvenes. Su consumo suele ser exclusivo del fin de semana, y casi siempre va muy unido al alcohol. La asociación entre consumo de cannabis y participación en la vida recreativa nocturna es más que evidente. A mayor consumo de cannabis, mayor consumo de otras drogas legales o ilegales, “mayor policonsumo y mayor participación en la vida nocturna”. (Calafat, A., 2000).

Por otra parte, la población escolar ha venido incrementando en los últimos años el consumo experimental de cocaína, droga altamente adictiva que incluso después de consumirla, puede crear ansias físicas y psicológicas que hacen muy difícil que se pueda dejar de consumir. Su uso recreativo está asociado a la búsqueda de placer y diversión con los amigos, mostrándose como una sustancia “fetiche” para algunas celebraciones importantes, y un “anzuelo para ligar” (Calafat, A., 2001).

A principios de los años 90, tras un inicio elitista, minoritario y espontáneo, el consumo de las drogas de síntesis se extiende bajo una impresión general de inocuidad, fundamentalmente al compararse con las drogas que venían consumiéndose hasta entonces y de las que sí se tenía conocimiento de su capacidad destructiva, como era la heroína. Además la facilidad para encontrarlas y lo asequible de su precio, hace que muchos jóvenes comiencen a probarlas, también influenciados por otros miembros del grupo a los que pretenden emular, o por una falta de seguridad personal. Lo hacen con la finalidad de experimentar una sensación nueva, y por iniciarse en algo de lo que están oyendo hablar constantemente.

2. Técnica de la investigación

La técnica utilizada para esta investigación ha sido la Investigación Secundaria, realizada gracias a la información obtenida por diferentes fuentes bibliográficas y por los estudios de diversas Instituciones.

2.1. Investigación Secundaria basada en la Documentación de las Investigaciones sobre Drogadicción y Jóvenes

Los estudios con los que hemos trabajado en esta Investigación Secundaria son, en primer lugar los datos obtenidos del Observatorio de la Juventud en España (2ª encuesta 2007), del último Sondeo de Opinión (existente hasta el momento), sobre Ocio y Tiempo Libre, en donde hemos analizado “El Ocio de los Jóvenes”, “La Noche y el Fin de Semana”. Según este Sondeo, la juventud es una etapa vital, en la que el uso del tiempo libre resulta determinante para poder observar diferencias entre unas y otras generaciones juveniles. Los fines de semana,

y concretamente sus noches, permanecen como exponentes de la forma de ocio predominante entre la mayor parte de los jóvenes en nuestro país.

Y en segundo lugar, hemos analizado los resultados obtenidos en la Encuesta Estatal sobre el Uso de Drogas en Estudiantes de Enseñanzas Secundarias (ESTUDES) 2008, llevado a cabo por el Ministerio de Sanidad y Política Social, Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, donde hemos estudiado aspectos como, la extensión del consumo de drogas, la edad media de inicio en el consumo, las diferencias intersexuales y el policonsumo. Además analizaremos cuál es la percepción de riesgo de la población ante el consumo de drogas, la disponibilidad y la información recibida sobre las sustancias.

3. Análisis e interpretación de los datos

Este apartado de nuestro trabajo está destinado a analizar e interpretar los datos obtenidos a través de la técnica empleada: La Investigación Secundaria basada en la Documentación de las Investigaciones sobre Drogadicción y Jóvenes.

3.1. Investigación Secundaria basada en los Datos del Sondeo de Opinión del Observatorio de la Juventud en España

3.1.1. *Salidas nocturnas de los jóvenes en fin de semana*

En el año 2007, siete de cada diez jóvenes (72%) afirmaban salir normalmente de noche los fines de semana, siendo los chicos los que lo hacen con más frecuencia y en donde el número de varones afirma salir todos los fines de semana (48%), cifra muy superior a la de las mujeres (33%). Su perfil son jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 20 años.

3.1.2. *Significado de "Salir de noche"*

No ha variado en los últimos años el significado que tiene para los jóvenes "salir de noche". Según los datos, para la mayor parte de los encuestados (40%), el hecho de salir de noche ofrece la sensación de hacer algo diferente, no rutinario, y con esta percepción coinciden en mayor medida las mujeres que los hombres. Un 30% considera que la noche representa un espacio reservado para la juventud (sensación más habitual entre los adolescentes), y le sigue quienes creen que la noche contribuye a liberarse y desinhibirse (22%). Por último aparecen quienes identifican la noche con la sensación de libertad (21%) y este significado se encuentra más extendido entre los varones y entre los más jóvenes (15-19 años).

3.1.3. Tipo de ocio realizado por la noche

Se mantienen como principales actividades aquellas que tienen que ver con los espacios privados destinados a la diversión: Ir a bares, cafeterías, pubs (78%), ir a bailar, a discotecas (60%), aunque esta última práctica se ha reducido con respecto a años anteriores (un 66% en 2004). También destacan como otras actividades importantes acudir a casa de algún amigo (52%), actividad que ha aumentado ligeramente con respecto al año 2004 situándose en un 48% e ir al cine (43%), práctica de ocio que también ha descendido en cuatro puntos con respecto a los cuatro años anteriores.

Estos ligeros cambios en las actividades del ocio entre 2004 y 2007 ponen de relieve la pérdida de poder adquisitivo de los jóvenes: Aumentan las actividades que no requieren gastos y por el contrario descienden las que implican coste económico.

3.2. Investigación Secundaria basada en los Datos de la Encuesta Estatal sobre el Uso de Drogas en los Estudiantes de Enseñanzas Secundarias de 14-18 años

3.2.1. Consumo de sustancias

Demuestran los estudios que en 2008 al igual que en años anteriores, las drogas más consumidas por los estudiantes de 14 a 18 años fueron, el alcohol, el tabaco, el cannabis y los tranquilizantes o pastillas para dormir.

Habiendo comparado los resultados obtenidos con los de las encuestas precedentes, hemos observado una reducción importante del consumo de cocaína y éxtasis, un descenso ligero del consumo de inhalables volátiles, una estabilización del consumo de alcohol, tabaco, cannabis, anfetaminas, alucinógenos, heroína y un aumento importante del consumo de tranquilizantes o pastillas para dormir.

En el año 2008, el tabaco, el alcohol, y las sustancias volátiles (en este caso por una minoría), son las sustancias cuyas edades medias de inicio se sitúan entre los 13 y los 14 años. Les siguen la heroína, los tranquilizantes y el cannabis. La cocaína, el éxtasis, los alucinógenos y las anfetaminas son las sustancias que se empiezan a consumir a una edad más tardía.

También hemos comprobado que la extensión del consumo de drogas entre los estudiantes, varía mucho según el sexo: Los chicos consumen más todas las drogas ilegales, mientras que con el tabaco y los tranquilizantes sucede lo contrario, y en el caso de las bebidas alcohólicas la proporción de consumidores es parecida.

3.2.2. Policonsumo de sustancias psicoactivas

Con los datos de la Encuesta obtenemos resultados evidentes que nos demuestran claramente, que los jóvenes de 14 a 18 años que consumen drogas, suelen consumir varias sustancias en el mismo periodo.

3.2.3. Riesgo percibido ante el consumo drogas

En el año 2008 las conductas de consumo de drogas que los estudiantes de 14-18 años asociaban a un menor riesgo, era tomar 5 ó 6 cañas/copas de bebidas alcohólicas en un periodo de dos horas, tomar 1 ó 2 cañas/copas diariamente y tomar tranquilizantes o somníferos esporádicamente. Por el contrario las conductas asociadas a un mayor riesgo es el consumo habitual (una vez a la semana o más frecuentemente) de heroína, éxtasis o cocaína.

3.2.4. Disponibilidad de drogas percibida por los encuestados

Según los datos de la Encuesta en 2008 las drogas percibidas por los estudiantes como las más disponibles o accesibles, son las de comercio legal y el cannabis: Un 90,8% de los estudiantes piensan que les sería “fácil o muy fácil” conseguir bebidas alcohólicas si quisieran, un 55,6% tranquilizantes o somníferos y un 63% cannabis.

3.2.5. Información recibida sobre drogas

Los datos reflejados en la Encuesta demuestran que en el año 2008, una amplia mayoría de los estudiantes (85,7%), se considera “suficiente o perfectamente informado” sobre las drogas, sus efectos y los problemas asociados, siendo las principales vías por las que los estudiantes reciben información las madres (73,2%), los profesores (65,7%) y las charlas o cursos (63,3%).

Conclusiones

A lo largo de esta investigación hemos ido analizando diferentes aspectos sobre nuestro tema de estudio, y a las conclusiones a las que hemos llegado son las siguientes:

Las drogas en estos momentos no preocupan de manera mayoritaria a la sociedad, no se les da la importancia que tienen. Se permiten, se aceptan y se han convertido en algo normal en nuestra sociedad. Son un problema secundario.

Las causas más importantes por las que los adolescentes empiezan a probar las drogas son principalmente por pasárselo bien, por el entorno de sus amigos, por reproducir una serie de comportamientos e imitar a sus iguales, por sentirse pertenecientes al grupo. Consumen drogas en el espacio de autonomía, en el espacio de poder, en el espacio de la relación nocturna. Y es en el ocio “de la marcha” donde hay una fuerte presencia de drogas. Pero los consumos no se pueden separar de nuestros estilos de vida, y es cierto que las drogas han existido siempre y seguirán existiendo, porque son un elemento más de la sociedad.

El ocio juvenil ha ido transformando su naturaleza en los últimos años, delimitando la noche como esfera de esparcimiento y la calle de las ciudades como el espacio en el que se desarrolla la mayor parte de su actividad recreativa. El botellón se ha impuesto como una supuesta cultura juvenil alternativa, siendo para los jóvenes su única forma de pasárselo bien. Pero el alcohol forma parte de nuestro contexto cultural y en nuestra sociedad siempre se ha abusado de él, aunque ahora se hace de una forma diferente, “antes se emborrachaban porque bebían, y ahora beben para emborracharse”.

Todo esto provoca en nuestra sociedad una gran generalización del uso de drogas con fines recreativos, en don-

de se asocia de forma cada vez más clara, el ocio juvenil y este tipo de sustancias. Y este consumo recreativo de drogas (legales e ilegales), se ha convertido actualmente en una práctica común de muchos jóvenes españoles, estando muy potenciada por la industria del ocio, la cual ha sacado y sigue sacando grandes dividendos.

Hemos visto que las drogas más consumidas por los adolescentes son el alcohol, el tabaco y el cannabis, y la edad a la que empiezan a coquetear con las sustancias es muy temprana: Los 12/13 años como edad media de inicio del tabaco, como máximo a los 14 años ya han experimentado con el alcohol y el cannabis, y a los 15/17 años empiezan con otras drogas, como las pastillas y la cocaína. Se trata de un consumo experimental y esporádico y siempre está vinculado al ocio y al fin de semana: “Quieres probar”. Lo hacen por moda, por curiosidad y es su grupo de iguales el que les invita a probar. Se debería romper con los tópicos y las frivolidades sobre el consumo de drogas, atajando “esa primera vez”, ese consumo “esporádico” en los círculos de diversión de los jóvenes, donde muchos de ellos siguen engañados por el “no pasa nada”, y en donde poco a poco se van introduciendo en un círculo del que va a ser difícil salir.

“Es facilísimo” conseguir drogas, dicen los jóvenes, siendo las más accesibles las de comercio legal, alcohol y tabaco, y el cannabis. Además, las drogas de síntesis, que tienen un cierto atractivo en la adolescencia, se encuentran con frecuencia por los lugares que ellos transitan.

La percepción de riesgo que tienen los jóvenes ante el consumo de alguna droga es muy baja, aunque parece que está aumentando respecto a años anteriores. Manifiestan cierta aversión al riesgo en la perspectiva genérica, pero cuando hay que tomar una decisión, cuando están en el sitio, cuando se enfrentan a una determinada práctica de riesgo, el balance entre esa sensación global del riesgo y la pertenencia al grupo, el disfrute, el presentismo, hace que la balanza siempre se incline hacia el riesgo. Los jóvenes son capaces de hacer algo si esperan tener beneficios que les compensen, aunque sepan que es muy arriesgado. Puede ser que sepan que las drogas son peligrosas, pero también saben que son útiles, que forman parte de su realidad y por ello las asumen.

Respecto a si disponen los adolescentes de una información adecuada sobre el consumo de drogas y sus consecuencias, podemos decir que disponen de abundante información sobre este tema, principalmente porque en estos momentos las posibilidades para obtenerla son enormes, pero el problema radica en la baja calidad de dicha información, muchas veces sesgada, interesada e intencionadamente viciada, de la cual el adolescente debe discriminar entre la veraz y la no veraz. Realmente los jóvenes creen que están suficientemente informados sobre las drogas, pero cuando se profundiza en la naturaleza del conocimiento que poseen, descubrimos que éste se centra básicamente en aspectos anecdóticos y superficiales (forma de presentación, precio, nombres utilizados para designarlas sustancias...), pero tienen grandes carencias en cuestiones más importantes, como los efectos reales y sobre todo, las consecuencias de su uso.

Podemos concluir diciendo que el consumo de drogas tanto legales como ilegales, entre los adolescentes y los jóvenes, es uno de los problemas más importantes con los que se enfrenta nuestra sociedad. Por ello es necesario potenciar el desarrollo de programas de prevención, utilizando los recursos de la ciudad como medio de prevención y de vida saludable, con el fin de que los adolescentes aprendan de una manera consciente y responsable a tomar decisiones correctas sobre el consumo de sustancias. Hay que sensibilizarlos hacia una cultura de rechazo hacia las drogas, fomentando la asociación entre el consumo de sustancias y el fracaso en la vida, contraponiéndolo a la creencia errónea que en estos momentos tienen los adolescentes de nuestra sociedad, donde se identifican los consumos de drogas con éxito social.

Referencias

- Aguilera, R., (2002), "Generación botellón", Oyeron, Madrid.
- Bobes, J., Calafat, A., (2000), "Monografía Cannabis", Vol. 12, suplemento 2.
- Calafat, A., (2000), "Salir de marcha y consumo de drogas", Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, Madrid.
- Calafat, A., (2001), "Vida social de la cocaína". Adicciones. Vol. 13, suplemento 2.
- Castells, P., Salgado, G., (2001), "Salir de noche y dormir de día", Planeta, Barcelona.
- Castell Miñana, M., García Fernández, J.L., Llenas García, J., Martínez Bernat, L., y Matarranz del Amo, M., (2001), "Evaluación del Programa Redes para el Tiempo Libre. Otra forma de moverte", Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, Gobierno de España, en www.c.nice.mec.es, consultado el día 3 de Abril de 2007.
- Elzo, J., (1999), "Jóvenes españoles 99", Fundación Santa María, Madrid.
- Escohotado, A., (2005), "Aprendiendo de las drogas: Usos y abusos, perjuicios y desafíos", Anagrama, Barcelona.
- Espada Sánchez, J. P., Méndez, X., Griffin, Kenneth W., Gilbert J., (2003), "Consumo de alcohol y otras drogas", Papeles del psicólogo: Revista del Colegio Oficial de Psicólogos, Vol. 23, nº 84.
- Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, FAD, (2004), "La percepción social de los problemas de drogas en España", en www.fad.es, consultado el día 20 de Agosto de 2008.
- Iglesias de Ussel, J., (1997), "La movida: un análisis sociológico". Movida y Sociedad.
- Ministerio de Sanidad y Política Social, Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, (2008), "Encuesta Estatal sobre el Uso de Drogas en Estudiantes de Enseñanzas Secundarias", (ESTUDES) Madrid.
- Morales, I., (2006), "El ocio de los jóvenes se homogeneiza y se reducen las diferencias entre sexos", en www.deia.com, consultado el día 20 de Enero de 2007.
- Observatorio Español sobre Drogas, (2007), "Sondeo de opinión sobre ocio y tiempo libre: El ocio de los jóvenes, la noche y el fin de semana, y las relaciones familiares", Delegación del Gobierno, Ministerio del Interior, Madrid.
- Plan Nacional sobre Drogas, (2005), "Encuesta estatal sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias 2004", Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, Madrid.
- Ríos Martín, J.C., (2005), "La noche de los jóvenes ¿Moda o rebeldía?, Rebeldía en los jóvenes, en www.lacocotelera.com, consultado el día 18 de Noviembre de 2007.

Organizado por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y la Asociación Científica Icono14, el II Congreso Internacional de Ciudades Creativas aborda las acciones innovadoras que llevan a cabo agentes públicos y privados, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, empresas y ciudadanos nacionales e internacionales, artistas y colectivos; en fin, todos aquellos que de algún modo intervienen creativamente en la construcción de lo que llamamos ciudad.

Recogemos en este Segundo Congreso el concepto de Ciudad Creativa con el que iniciábamos el primero, donde considerábamos a las ciudades como una de las grandes manifestaciones del ser humano: Son espacios elegidos para vivir y para vivir de una manera determinada. La ciudad es la cristalización de la actividad creativa del hombre, la solución a los problemas que surgen en el vivir cotidiano y la expresión de las acciones humildes y egregias de la cultura humana. Es contenido y continente, es actividad y descanso, es lugar de encuentro y punto de partida, es soledad y muchedumbre, es bullicio y silencio, es estrellas sobre los tejados. Está ligada al desarrollo humano. En ella confluyen la actividad de todas las ciencias y el sentido de todas las miradas. Es un ejercicio constructivo de la creatividad fluida, flexible y plural. Para avanzar le pide al hombre que la habita, imaginación, trabajo, gestión, coherencia, interactividad, espíritu colaborativo, solidaridad y alegría. Los edificios públicos, las escuelas, los hospitales, las grandes avenidas, los rincones íntimos, las altas torres, los mercados, las iglesias, las plazas, los parques, los puntos de encuentro, los ayuntamientos, los cines, los teatros, los estadios, las calles, las casas, los museos, los bares, las librerías, los restaurantes, el metro, los quioscos, los transportes, las tiendas, la gente... la ciudad, serán el foco de nuestras miradas en este II Congreso Internacional de Ciudades Creativas.