

IMPLICACIONES SOCIALES Y URBANAS DE LAS RECIENTES TRANSFORMACIONES DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL EN LOS CENTROS HISTÓRICOS. EL CASO DE LA CENTRALIDAD MADRILEÑA.

Laura MUÑOZ DEL RIO

Programa de doctorado del departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio.
Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid. UPM.
Correo electrónico: laurii_m@hotmail.com

1. INTRODUCCIÓN

El papel de los medios urbanos como lugares de intercambio de mercancías a escala regional ha ido evolucionando hacia un ecosistema complejo en el que las dinámicas mercantiles se imponen cada vez más a las puramente urbanas y sociales. Este hecho se constata de manera más clara en los centros históricos de las ciudades. Se trata de lugares con un amplio recorrido como espacios de aglomeración de actividades y servicios que, en los últimos años, han sufrido profundas transformaciones en sus estructuras comerciales y, por consiguiente, en sus dinámicas funcionales y en el propio paisaje urbano.

El binomio comercio y población ha evolucionado paralelamente, el primero dando respuesta a las demandas de la segunda y posibilitando el medio de producción doméstico. Sin embargo, en las grandes ciudades, como ocurre en Madrid, dinámicas externas a la población residente en los centros históricos hacen que se rompa esta convivencia, creando espacios comerciales extraños a la población residente. Si en los nuevos desarrollos urbanos madrileños estamos asistiendo a la creación de una ciudad de manzana cerrada con un nuevo vacío funcional en el espacio público y a la concentración de focos comerciales de grandes dimensiones, en la ciudad consolidada, la coexistencia de usos y funciones que enriquecían la habitabilidad de sus barrios tradicionales se encuentra en peligro, especialmente en los centros históricos.

En el caso del centro madrileño, las nuevas dinámicas comerciales, que podemos definir como “de tendencia”, están devorando las estructuras comerciales “domésticas”, lo cual pone en riesgo la habitabilidad de su espacio residencial (problemas de tráfico, expulsión de la población, precios del mercado inmobiliario...).

La comunicación⁷ presenta algunas de estas dinámicas, identificadas a través de un estudio pormenorizado de las implicaciones urbanas y sociales que han generado los cambios más recientes de la estructura comercial en el distrito Centro madrileño.

⁷ La presente comunicación forma parte del Trabajo de Investigación Tutelada realizado en el programa de doctorado del Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid (UPM), bajo la tutela del catedrático Fernando Roch Peña.

2. EL COMERCIO EN LA CIUDAD CONSOLIDADA

El comercio ha sido históricamente un elemento constitutivo primordial del espacio público. Desde el ágora griega y el foro romano hasta la ciudad moderna, la función comercial se asocia indisolublemente a los espacios públicos más representativos, los que concentran la mayor densidad de vida urbana, de funciones representativas y simbólicas de la colectividad.

(LOPEZ DE LUCIO, 1996)

La fundación de núcleos complejos de población dio respuesta a una necesidad creciente de las sociedades humanas: posibilitar un lugar de encuentro e intercambio de bienes y servicios. Las ciudades permitieron la multiplicidad de actividades y el desarrollo de las sociedades cultivadas. La actividad comercial ha sido, desde siempre, un elemento característico de las ciudades. Refleja la sociedad que la habita, haciéndola visible en el espacio público.

Desde el desarrollo de los conceptos de “espacio urbano” (KRIER, 1981) y “paisaje urbano” (CULLEN, 1974), la evaluación del comercio dentro de los núcleos urbanos ha sido una de las variables caracterizadoras de la percepción de las ciudades. Este “paisaje” es resultado de la interacción de los seres humanos, de sus aportaciones físicas e inmateriales, que dotan a la ciudad de la cualidad de paisaje. La urbanización, la edificación, las actividades y los usos de una ciudad son capaces de caracterizar un paisaje urbano particularizándolo de los demás, como queda implícito en la definición que del concepto genérico de “paisaje” se plasmó en Convenio Europeo del Paisaje del año 2000:

Se entenderá como paisaje cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y humanos.

La aparición del comercio es una de las variables que más pueden influir en la apreciación de este paisaje urbano, ya que condicionan tanto la estética del zócalo edificado como el uso del espacio público. Es por ello que en el proyecto de Plan de Paisajes Culturales que está realizando el Ministerio de Cultura, se incluye como elemento identificativo de un paisaje cultural la *actividad desarrollada* en el mismo (componente funcional en relación con la economía, formas de vida, creencias, cultura...).

Las actividades económicas, como agentes de atracción de usuarios del espacio público, determinan el uso que de él hace la población, estableciendo una particular percepción social del paisaje urbano y una determinada configuración espacial del mismo. La afluencia de personas en el espacio público atraídas por una actividad, como puede ser el consumo, establece la posibilidad de generar un uso social del espacio común. (GEHL, 2006).

López de Lucio argumenta, en tres puntos, la importancia de las estructuras comerciales como definitorias del carácter de los espacios urbanos:

1. Configura espacialmente el horizonte visual inmediato de los ciudadanos. La ecuación fachada comercial + acera + arbolado de alineación + mobiliario urbano, integra la experiencia sensible más próxima.
2. Supone un equipamiento repartido a lo largo de una trama de ejes y mezclado con otros usos, permitiendo y contribuyendo a una utilización intensa de la calle, convertida en espacio colectivo de interrelación entre actividades de distinto signo.

3. El tránsito peatonal, tan característico del espacio público, tiene una de sus principales motivaciones y atractivos precisamente en la oferta comercial distribuida por el tejido urbano. (LOPEZ DE LUCIO, 1998)

Aparte de la importancia del comercio como elemento caracterizador del espacio público, su principal función es la de abastecer y servir a la población residente del lugar donde se establece. En la ciudad postindustrial (germen de la ciudad en la que hoy vivimos), el intercambio de bienes y servicios se fue sofisticando gracias a los avances tecnológicos, ya sea en la producción como en el transporte. Sin embargo, la estructura comercial urbana se ha mantenido formalmente hasta hace muy poco tiempo. El tipo de mercancías fue variando, al igual que su modo de producción e incluso el lugar de donde provenían. Aún así, la red de locales comerciales (la última etapa del bien hasta llegar al comprador) ha permanecido vigente. Estos establecimientos, lugares físicos en donde se realiza la adquisición de los bienes, se han localizado de forma tradicional en los bajos de las edificaciones. Es mediante esta conexión visual a través de letreros o escaparates donde se ha llegando a caracterizar la percepción del espacio urbano.

Otra de las características principales de las redes comerciales tradicionales es el emplazamiento de los locales. Siempre han atendido a las necesidades de la población residente más próxima, los clientes habituales, satisfaciendo la adquisición de productos más o menos cotidianos. Esta concepción del comercio de proximidad como “dotación urbana” aparece reflejada en el Libro Verde del Comercio de la Comisión Europea, en donde se señala que “cada vez es mayor el reconocimiento del importante papel desempeñado por el comercio en el mantenimiento de una vida comunitaria equilibrada, ya sea en el centro de las ciudades o en las tiendas de barrio, tanto en las zonas urbanas como en las rurales. Un centro comercial de barrio con suficiente vida suele funcionar también como centro cultural de la comunidad, confiriendo así al comercio una importante función de cohesión social”.

El cuerpo físico de la estructura de actividades económicas del centro de Madrid es histórico. No es fruto de la planificación, sino de la evolución y la adaptación a las necesidades derivadas de los cambios sociales que se han ido sucediendo. Se ha organizado mediante establecimientos tradicionales (normalmente familiares) de pequeño y mediano tamaño, situados en los locales de planta baja de los edificios residenciales. Esta escala ha permitido generar un sistema orgánico y flexible, que ha ido evolucionando de mano de la sociedad. Las actividades comerciales tradicionales, aquéllas que han permanecido de forma constante a lo largo del tiempo, han estado fuertemente relacionadas con la actividad residencial.

El distrito central madrileño es uno de los espacios que cuenta con una mayor representatividad dentro del imaginario colectivo. Es un lugar en el que, además de la población residente, se concentran otros grandes grupos de usuarios de su espacio público y privado: trabajadores que se desplazan diariamente, madrileños de otros distritos o poblaciones que van a realizar compras o acudir a establecimientos de ocio (cine, bares, restaurantes), y los turistas que encuentran en el distrito centro la mayor parte de los atractivos monumentales de la ciudad.

La confluencia de estos grupos sociales tan diversos, cada uno con sus necesidades y demandas, crea un diálogo con los comercios que, respondiendo a las leyes del mercado, establece las actividades que mayor rentabilidad saquen de esta posición estratégica en el conjunto de la ciudad.

3. LAS TRANSFORMACIONES DE LA ESTRUCTURA COMERCIAL EN LOS CENTROS HISTÓRICOS

Como se ha expuesto en el apartado precedente, el comercio y, en consecuencia, el consumo, han estado siempre presentes a lo largo de la historia de la humanidad para satisfacer las necesidades, diversas y variables, de los seres humanos. El proceso de globalización económica, social y

cultural, que ha alcanzado a la sociedad española en los últimos 30 años, ha provocado toda una revolución en los modos de distribución y venta de las mercancías. Como consecuencia, la estructura comercial se ha debido actualizar para dar respuesta a las exigencias de las nuevas pautas de consumo.

Nuestra sociedad del bienestar, ha ido desarrollando el llamado “consumo de masas” que crea el apetito de satisfacer necesidades antes consideradas como secundarias. Con la apertura económica que significó la adhesión a la Unión Europea en 1986, los mercados internacionales y las grandes empresas multinacionales pasaron a tomar parte en los quehaceres económicos de las ciudades españolas, abriendo las puertas a un nuevo consumo homogéneo y compulsivo. Por supuesto, este hecho impuso importantes cambios, no sólo en la organización de las empresas (sociedades anónimas, grupos de gestión multinacional), sino también en el espacio físico y funcional de los núcleos urbanos. La modificación de los espacios y las formas de venta (supermercados, grandes superficies, cadenas internacionales, marcas en franquicia...), se van imponiendo a los establecimientos tradicionales, generando un proceso de profunda reconversión de la estructura comercial.

Esta nueva configuración comercial tiene como origen una transformación mucho más profunda producida en la sociedad y que podemos resumir en dos cambios notables: uno a nivel familiar y otro a nivel individual.

Por una parte, la vida familiar tradicional, basada en el modo de producción doméstico, ha desaparecido por la inserción de la mujer en la vida laboral y los nuevos modelos laborales que expanden la jornada de trabajo. El resultado es la externalización al comercio de proximidad de aquellas labores domésticas para las que ya no hay tiempo a lo largo del día, como se manifiesta en la proliferación de establecimientos de comida para llevar o de reparto a domicilio. Otros servicios como lavanderías, tintorerías, o de cuidado personal, como salones de belleza o peluquerías, se han multiplicado en los últimos años. El problema de la limpieza del domicilio ha generado la creación de empleos de asistencia doméstica, generalmente asumidos por la población inmigrante femenina; y por supuesto, las nuevas modalidades de consumo apoyadas en las nuevas tecnologías, como es Internet. En cualquier caso, el modelo familiar en el que el ama de casa se ocupaba del cuidado de los niños, la alimentación, la limpieza e incluso la fabricación de ropa para la familia, ha desaparecido en nuestros días y ahora nos apoyamos más que nunca en una estructura comercial que ha debido adaptarse para cubrir las nuevas necesidades de esta sociedad tan ocupada.

A nivel individual, cada vez nos preocupamos más de nuestra apariencia física, destinando cada vez más presupuesto a la adquisición de prendas de vestir, calzado o complementos. También el modelado de la propia imagen personal ha cobrado mayor importancia, como se demuestra con la aparición de nuevas actividades comerciales que nunca antes se habían dado en nuestras ciudades: gimnasios, centros de bronceado, salones de estética, centros de dietética. Como enuncia Debord en su “Sociedad del espectáculo”, la historia de la vida social del último siglo en los países occidentales, se puede entender como “la declinación de ser en tener, y de tener en simplemente parecer”. El individuo no sólo “es” sino que se “representa”, y en la creación de este nuevo “personaje social” es donde cobra importancia el consumo, ya que a través de la adquisición de las mercancías se pueden colonizar diversos estratos de la vida social. La representación de esta función se realiza en la ciudad, transformándola también a ella en un decorado.

Estos dos cambios sociales, uno a escala familiar y otro a escala individual se apoyan en la aparición de las grandes cadenas multinacionales de distribución que ofrecen productos a precios sin competencia, con una gran variedad y capacidad de renovación, que sustentan al nuevo consumismo que se identifica con los productos de “usar y tirar”.

A estos cambios se les ha unido, desde hace unos 15 años, un cambio tecnológico producido por el desarrollo de los medios de comunicación, que ha conseguido dar una nueva vuelta de tuerca en las pautas de consumo. Alejados ya de la novedad de comprar telefónicamente desde nuestras salas de estar (desde comida preparada a múltiples artículos que se ofrecen en la “teletienda”), ahora encontramos una herramienta mucho más potente: Internet. La “red” ha revolucionado principalmente el sector servicios. Ya podemos consultar online nuestras bancas informáticas, reservar nuestras vacaciones y billetes de avión, usar un gran número de servicios inmobiliarios, visionar películas y series de televisión o descargar música en formato mp3. Todos estos servicios que antes tenían una presencia física en la ciudad se han ido reduciendo considerablemente.

Estos cambios en las pautas de consumo se aprecian más fácilmente en la ciudad consolidada donde el espacio comercial es limitado. Los establecimientos, tradicionalmente situados en los bajos de las edificaciones en forma de pequeños y medianos comercios, se han ido transformando a lo largo del tiempo, manteniendo su escala. En esta situación, en la que el espacio comercial disponible está restringido, los nuevos operadores comerciales se mueven en dos direcciones: sustituyendo las actividades tradicionales localizadas en los bajos y colonizando las plantas residenciales superiores.

En los centros históricos ha intervenido otro hecho que, en algunos casos, ha devaluado de forma significativa la calidad del paisaje urbano: el desarrollo del turismo. Los turistas, como nuevos agentes urbanos con una gran disposición al consumo de un determinado tipo de bienes (souvenirs, productos típicos...), y una dependencia de los establecimientos hosteleros (hoteles, pensiones, restaurantes...), han alterado de forma significativa la estructura comercial de los centros históricos. En especial en el de aquellas ciudades medias que cuentan con un especial atractivo turístico, como es el caso de Toledo, Segovia o Granada. El impulso económico que ha supuesto la llegada del turismo ha provocado que sus centros históricos se conviertan en “parques temáticos”, ofreciendo su patrimonio histórico como atracciones y reorganizando su estructura comercial para apoyar este uso de la ciudad.

En el caso de Madrid, la transformación experimentada en los últimos 30 años se ha dirigido en dos direcciones: una extensiva-territorial reflejada en el espectacular crecimiento del periurbano madrileño en forma de grandes infraestructuras de transporte y desarrollos urbanísticos; y otra aglomerativa-urbana, en el que el centro de la ciudad, especialmente la almendra central, se ha densificado de actividades económicas (decreto Boyer) y, desde la incorporación de España en la CEE en el 1986, ha registrado la llegada de inversores extranjeros y la incursión en la sociedad capitalista occidental con respecto a los hábitos de consumo.

Para estudiar los cambios sufridos en la estructura comercial se ha utilizado el DUAE (Directorio de Unidades de Actividad Económica) realizado anualmente, desde hace algo más de 10 años por el Instituto de Estadística IESTADIS. Se trata de una base de datos en las que quedan registradas todas las actividades catalogadas según unos códigos definidos en el CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas), y para las que se ofrecen diversos datos referentes a su localización (dirección postal, sección censal, distrito...), su año de apertura o el número de trabajadores. Cada local queda clasificado, según su actividad, por un código de dos dígitos, que se va segregando en sub-categorías hasta los cuatro dígitos⁸, lo que permite establecer con exactitud cada tipo de establecimiento. Estos directorios están disponibles desde el año 1998 hasta el 2007, periodo sobre el cual se ofrecen los resultados de este análisis.

⁸ Ejemplo: 01-Agricultura y ganadería, 0112-Cultivo de hortalizas.
Comercio al por menor, 5221-Comercio al por menor de frutas y verduras.

Tabla 1. Evolución de las unidades de actividad económicas

	1998	2007	% crecimiento
comunidad de Madrid	208.326	277.540	33,22
municipio de Madrid	132.967	160.462	20,68
almendra central	74.162	83.147	12,12
distrito Centro	15.891	16.669	4,90

Elaboración propia a través del análisis del DUAE

En esta primera tabla se pretende realizar una comparación del crecimiento del espacio económico en Madrid. Las mayores tasas de crecimiento se han producido fuera de la almendra central, coincidiendo con el impresionante desarrollo del periurbano madrileño. En los distritos interiores a la M30 la tasa es algo superior al 10%. En este espacio, correspondiente con una ciudad consolidada, el espacio destinado a comercio ha podido incrementarse principalmente por la sustitución de actividad residencial por actividades económicas en aquellos barrios con una imagen representativa de alto standing, como puede ser el barrio de Salamanca o los alrededores de la Castellana. En el distrito centro, en donde el espacio físico destinado a la actividad comercial es más limitado, se presenta una tasa de crecimiento mucho menor (cerca de un 5%). En este espacio central lo interesante no es ver el crecimiento de la estructura comercial (ya que es casi inexistente), sino la transformación de la misma.

Tampoco en un primer análisis de los grupos de actividades predominantes se aprecia una especial alteración en los porcentajes de cada una de ellas. Tan sólo cabe destacar el aumento de actividades empresariales e inmobiliarias en el espacio de la almendra central de Madrid.

Tabla 2. Porcentajes de las principales actividades económicas

	1998		2007	
	almendra	centro	almendra	centro
actividad comercial	34,00	35,00	35,00	35,00
hostelería	11,00	21,00	12,00	19,00
actividades financieras	5,00	3,00	5,00	2,00
actividades empresariales e inmobiliarias	27,00	24,00	36,00	25,00
educación	2,00	3,00	2,00	2,00
actividades asociativas y recreativas	4,00	7,00	4,00	7,00

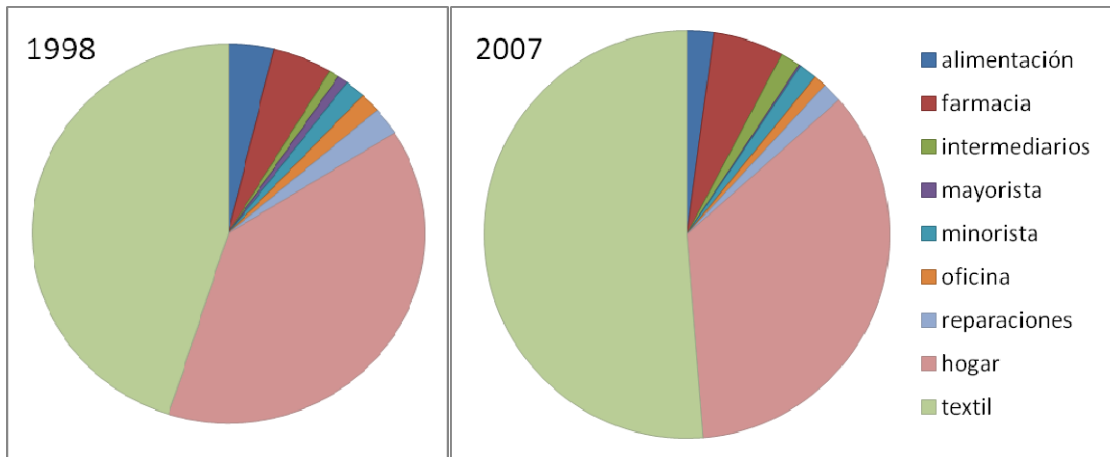
Elaboración propia a través del análisis del DUAE

De estas actividades, las financieras, las empresariales e inmobiliarias, así como las de educación, se suelen localizar en edificios exclusivos o en oficinas situadas en plantas superiores de edificios residenciales. Se trata de actividades que suponen la afluencia de un gran número de población trabajadora que se desplaza diariamente el centro en horario laboral.

La actividad comercial y la hostelería se localizan en los locales de planta baja, por lo que son estos establecimientos los que tienen una especial repercusión en el uso y la percepción del espacio público. Son los principales atractores de la actividad consumista.

Estudiando aisladamente la actividad comercial, aunque no ha experimentado un incremento en el número de locales, sí aparece un cambio sustancial en la organización de las actividades.

Figura 1. Organización de la actividad comercial en el distrito centro



Elaboración propia a través del análisis del DUAE

Mientras que los establecimientos de alimentación, farmacia o reparaciones han retrocedido (dentro del pequeño porcentaje en el que ya estaban confinadas), el comercio textil ha pasado de suponer un 45% a un 52% del espacio comercial en el distrito Centro. Esta actividad junto con la de hogar, que incluye sobre todo tiendas de mobiliario, decoración, iluminación y electrodomésticos, son las que poseen la hegemonía del espacio comercial del distrito Centro (más del 80% de la actividad comercial total en 2007). En ambos casos, el público al que se dirigen no es la población residente; se trata de establecimientos que, por un lado, venden la posibilidad de crear nuestro personaje social y, por otro, organizan los espacios de representación del mismo, asociados a los momentos de ocio.

Geográficamente, se detecta la implantación de grandes superficies comerciales en las vías de mayor centralidad del distrito, sobre todo comercios destinados a textil y calzado, como ocurre con la Gran Vía, la calle Preciados o Fuencarral. Mientras que en zonas menos centrales, y tradicionalmente más residenciales, se han organizado densas áreas de ocio centrado en las actividades hosteleras como restaurantes, tabernas y bares; y sobre todo actividades nocturnas (bares de copas, discotecas...), como ocurre con la zona de Huertas, Chueca o La Latina.

Figura 2. Imagen de la calle Preciados y terraza en la Plaza de Santa Ana.



En este espacio central teatralizado, en el que los establecimientos de tendencia se van aglomerando, se produce un retroceso en las actividades de proximidad, se pierde la diversidad comercial y se pone en peligro la calidad residencial. El resultado es un espacio funcionalmente

especializado, en el que las actividades predominantes van ocupando los espacios disponibles, eliminando aquellas actividades que, al ser menos rentables, no tienen capacidad de mantenerse.

4. RESPUESTAS SOCIALES Y URBANAS

Esta transformación de la estructura comercial en el distrito central de Madrid ha tenido diversas consecuencias en los parámetros demográficos de sus barrios, así como en la conformación, funciones y diseño de su espacio público.

La actividad residencial debe encontrar en su espacio comercial más próximo los establecimientos dedicados a la adquisición de los más básicos bienes de consumo (comida, bebida, enseres para el hogar, productos para el aseo personal, servicios básicos y espacios de socialización a pequeña escala) y además una serie de establecimientos complementarios de asistencia a las labores domésticas (talleres de reparación...), que cada vez son más complejos debido a la externalización de las labores domésticas (comida para llevar, lavanderías, peluquerías). Como ya se ha explicado en el apartado anterior, este tipo de establecimientos están siendo sustituidos por negocios de otra naturaleza que no cuentan con la población residente como principal clientela (tiendas de souvenirs, ocio nocturno, moda). El comprador “global” ha vencido, en el espacio central madrileño, al comprador “local”. Y seguirá siendo así, aún más ahora que la conexión con los trenes de cercanías ha llegado hasta la estación de la Puerta del Sol, acercando el centro madrileño a un mayor número de visitantes-consumidores. Los comercios asentados en esas áreas centrales, al exponerse a un diverso y amplio número de visitantes son capaces de mantener su “eficiencia” elevando los precios de los productos, ya que se ofrecen a estos nuevos compradores.

Hay que destacar además cómo determinados espacios centrales se han convertido en áreas residenciales “de moda”, (como ocurrió de forma muy significativa en Chueca o como puede ocurrir en la Latina o en la zona de San Bernardo), que han atraído a nuevos habitantes que responden a perfiles de rentas medias altas, profesionales jóvenes solos o en pareja, que buscan también en su vivienda un elemento de representación. Mientras, los residentes tradicionales encuentran dificultades para realizar sus compras cotidianas, los comercios de proximidad ya no están tan cerca y dejan de encontrar establecimientos adecuados a su nivel de renta o a su modo de vida. En estas zonas, se produce además un incremento en los precios del mercado inmobiliario⁹, paralelo al nuevo perfil comercial. Como consecuencia, se produce un nuevo tipo de exclusión social, el de aquellos residentes que dejan de estar integrados en el nivel económico de su espacio residencial. (GARCIA BALLESTEROS, 2000)

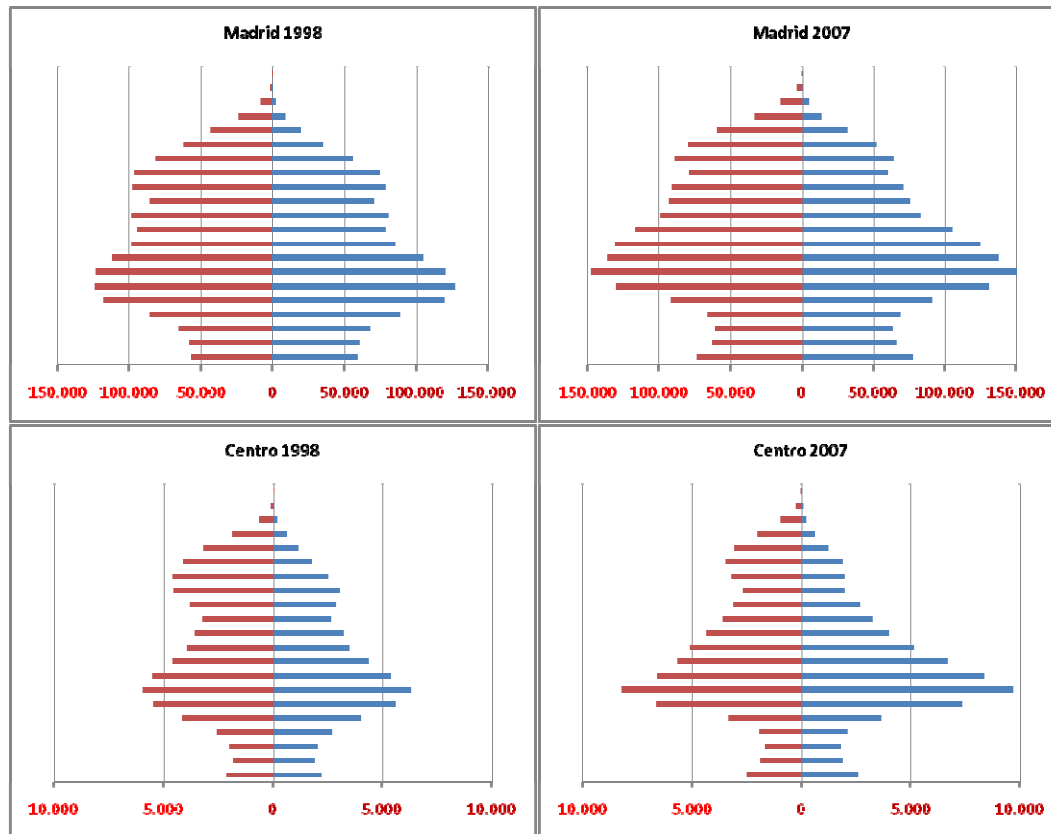
Para el distrito centro de Madrid, basta con realizar un análisis social y demográfico a través de los datos del Padrón Continuo de habitantes que está disponible también en el Instituto de Estadística de la CAM, para identificar este proceso de gentrificación. Realizando un estudio paralelo al de la actividad comercial, se presentan los datos referentes a los años 1998-2007.

El análisis comparativo de la evolución de la pirámide de población del distrito Centro en comparación con la del total del municipio pone de manifiesto la transformación de su universo social. Tanto el municipio como el distrito Centro han experimentado en los 10 años de diferencia de los gráficos un incremento de la población residente. En el caso de la ciudad de Madrid supone una tasa de crecimiento de 8,71%; para el distrito central esta tasa es algo superior, un 10,90%.

⁹ El precio medio del m² de viviendas en venta en la zona de Fuencarral pasó de poco más de 4.000€/m² en 2005 a casi 5.500€/m² en 2008. Algo más del 30% en tan sólo 3 años. *Datos elaborados por Cristina Fernández en los trabajos preparatorios del Trabajo de Investigación Tutelado sobre el mercado inmobiliario madrileño.*

Pero lo verdaderamente significativo es que en el caso del total de la ciudad, la pirámide de población ha mantenido su “forma”, tan sólo apreciándose un aumento en la franja de edad de 25 a los 40 años, correspondiente con la población joven trabajadora que se desplazó a la capital por cuestiones laborales, mientras que la base de la pirámide se ha ensanchado, indicio de una tasa de natalidad más elevada. La llegada de población inmigrante durante estos años es la principal causante de estas modificaciones en la pirámide.

Figura 3. Pirámides de población para la ciudad de Madrid y el distrito centro



Elaboración propia a través del análisis del Padrón continuo de habitantes

En el caso del distrito Centro, no sólo se aprecia el incremento de población en edad trabajadora, sino que también se hace evidente el descenso de la población de mayor edad, mientras que la tasa de natalidad (que para el total del municipio ha crecido) se mantiene constante. El aumento de la población total en este espacio central, en el que el parque inmobiliario es constante (no se ha aumentado la superficie de uso residencial), está causado por la llegada de inmigrantes que se han establecido en los barrios más degradados (Lavapiés) y la renovación de inmuebles impulsada por los planes de acción realizados por la Oficina Centro del Ayuntamiento de Madrid desde el 2004.

La edad media en el distrito Centro descendió en estos años casi un 10%. La inmigración ha supuesto uno de los cambios más notables del universo social, ya que ascendió de un 13 a un 32% de la población total. La renta media se distribuyó de forma diversa en los barrios del norte y el sur del distrito. Esta polarización coincide con la localización de los inmigrantes (Embajadores y Sol) y la organización de espacios de representación residencial (Palacio, Cortes, Justicia y Universidad) y comercial (en estos barrios se encuentra la concentración de establecimientos de tendencia y de ocio).

Los nuevos modelos comerciales de máxima centralidad provocan una nueva carga simbólica en el lugar en el que se establecen, por lo que su repercusión en el espacio público es inmediata. Mientras que, por un lado, la actividad comercial se produce de forma espontánea (no existe

planificación), dando respuesta a intereses mercantiles; por otro, el espacio público acaba acondicionándose a las nuevas funciones que adoptan, derivadas de los nuevos comercios.

En el centro de Madrid, aquellas zonas en las que se ha producido una mayor concentración de comercio y, como consecuencia, han sufrido un aumento en el número de visitantes, se ha alterado la estructura espacial “natural” existente, produciéndose desequilibrios como problemas de tráfico, accesibilidad o pérdida de habitabilidad. Es difícil intervenir, desde las administraciones públicas o desde el planeamiento, en las dinámicas mercantiles que provocan estos cambios, ya que se rigen por intereses privados que, normalmente, no tienen ninguna vinculación con el espacio urbano en el que se localizan sus establecimientos. Sin embargo, desde el ayuntamiento de Madrid se han elaborado diversas propuestas para “acondicionar” el espacio público a este nuevo escenario.

El problema de la congestión de tráfico en el centro de la ciudad se ha tratado de suavizar con el programa de Servicio de Estacionamiento Regulado (2004), el desarrollo del transporte público, con campañas puntuales sobre su uso en periodos de máxima afluencia en las zonas comerciales. En un intento de privilegiar el uso del transporte privado a los residentes de los barrios del distrito, se establecieron entre 2005 y 2006 tres Áreas de Prioridad Residencial (Embajadores, Letras y Cortes), que buscan *reducir la alta densidad circulatoria, ordenar la carga y descarga, aumentar las plazas de estacionamiento para residentes, así como disminuir los niveles de contaminación acústica y atmosférica*. Parece que estas, junto con otras medidas y planes promovidos desde el ayuntamiento, han conseguido reducir la intensidad media diaria de tráfico casi un 10% desde el 2006.

La accesibilidad, desde otras partes de la ciudad hacia el distrito Centro, cada vez es mayor gracias a la promoción del transporte público. Sin embargo, esto ha producido una mayor afluencia de visitantes que, unidos a las aglomeraciones de tráfico, generó un problema de accesibilidad local. Sobre todo en las vías de menores dimensiones en las que las aceras no son lo suficientemente amplias para los peatones y las calzadas se veían invadidas por peatones y vehículos. Esta “batalla” la han ganado los peatones en las calles con una mayor concentración de comercio de tendencia (ya sea establecimientos de ropa y complementos o bares). A finales del año pasado se finalizaron las obras de peatonalización de la Puerta del Sol y Callao que, completadas con Arenal, Montera, Preciados, el Carmen, Fuencarral y Huertas, han diseñado un espacio público a la medida de la actividad comercial tan intensa que se ha organizado en los últimos años.

Figura 4. Imagen de la calle Arenal tras la peatonalización



5. CONCLUSIONES (Y REFLEXIONES)

El consumismo o consumo por consumo se ha convertido en un hecho decisivo de la vida cotidiana y un factor fundamental en el crecimiento económico y el desarrollo social.
(SANTOS, 1996)

Las nuevas pautas de consumo repercuten, de forma decisiva, en diferentes dimensiones de nuestra ciudad. El primer paso es la reorganización de la estructura comercial, pero el espacio de consumo,

en el centro de Madrid, ya no puede limitarse a los establecimientos, sino que incluye los lugares públicos y privados, zonas de estancia, de relación, representación o socialización. El centro madrileño es hoy un gran espacio de aglomeración de actividades terciarias y de servicios (principalmente dedicadas al ocio y la creación del personaje social), en el que parece que se ha dejado de lado la función de la ciudad como espacio residencial y sus propias necesidades.

El comercio de proximidad entendido como “dotación” del espacio urbano determina que un barrio sea más habitable. Ante los cambios sociales y de consumo, que han puesto en marcha los procesos concentración/descentralización de los servicios de distribución comercial, se pone en crisis el espacio urbano/comercial tradicional.

El comercio de calle es una presencia indispensable dentro de la cultura ciudadana europea. El espacio público de plazas, calles y avenidas es difícilmente concebible sin el soporte funcional, el paisaje y la animación que le aportan unos zócalos comerciales más o menos continuos. La posible crisis de parte de ese patrimonio entrañaría, sin duda, una degradación progresiva del medio urbano.
(LOPEZ DE LUCIO, 1998)

En efecto, no sólo la presencia del comercio, sino la estructura del mismo, determinan el uso del espacio público, las relaciones sociales y el modelo de vida de sus habitantes; es decir, el paisaje urbano. Es tal la incidencia que tiene el comercio en el espacio público y residencial que, desde el ayuntamiento se proponen actuaciones encaminadas a incidir sobre la estructura comercial como punto de apoyo para la revitalización de aquellas zonas del distrito Centro que están más degradadas.

El comercio minorista de proximidad es un pilar fundamental de la actividad económica y, además, es un instrumento social de gran valor por su capacidad de cohesión y de refuerzo de identidad de barrio, es decir, el comercio hace barrio.
Por ello uno de los principales objetivos del Ayuntamiento de Madrid en materia económica es impulsar y estimular la recuperación de la actividad comercial minorista en zonas urbanas en las que ésta se encuentra en declive.
(Plan de Dinamización del Comercio Minorista en el barrio de Embajadores, 2007)

Estos planes, sin embargo, promueven la organización de establecimientos atractores de público externo al barrio, como bares o restaurantes, y proponen generar actividades en el espacio público de interés más allá de la población residente¹⁰. Si lo que se pretende es regenerar la vida de barrio, la actividad residencial, como dice el slogan, “el centro de Madrid, un lugar para vivir”, habría que repensar estas estrategias y dirigir las hacia la organización de unas nuevas condiciones de habitabilidad residencial.

Si el centro de Madrid se está convirtiendo en un parque temático, ¿qué papel nos queda a los residentes? Simples figurantes. (ASOCIACIÓN DE VECINOS “SOMOSCENRO”)

En un centro urbano como el madrileño, con una estructura comercial histórica, otra forma de incidir en la mejora de la habitabilidad residencial es preservando los establecimientos tradicionales que aún hoy se conservan. Algunas de estas actividades singulares e históricas cuentan, además, con un valor representativo que las hace formar parte de nuestra memoria

¹⁰ De los 500.000 € destinados al Plan de Embajadores, sólo un 20% van dirigidos a la promoción directa del comercio minorista, el resto se destina a la organización de actividades de dinamización (festival de bollywood, mercadillos, festival de jazz o iluminación navideña) y promoción (elaboración guía gastronómica, planos guía de ocio nocturno o distribución de soportes publicitarios).

colectiva, como ocurre con las tiendas textiles y costura en la plaza de Pontejos o las casas numismáticas en la Plaza Mayor.

En el Plan General de Ordenación Urbana de Madrid se incluyó, dentro de las [condiciones de Protección del Patrimonio Histórico y Natural](#), un “Catálogo de establecimientos tradicionales”¹¹, en el que se identificaron 549 establecimientos con más de 100 años de historia, de los cuales 443 se localizaban en el distrito Centro. A fecha de 2007 (últimos datos del DUAE), han desaparecido el 65% de estos comercios. La protección ejercida por el Plan ha servido para preservar el valioso continente y no su contenido. Así, nos encontramos con el mercado de San Miguel (antiguo mercado de barrio) convertido en espacio gourmet y de ocio nocturno, o el teatro Avenida de la Gran Vía transformado en H&M.

Figura 5. Imágenes del mercado de San Miguel a principios de siglo XX, en los años 80 y en la actualidad.



Bajo las leyes del mercado, el distrito centro se está convirtiendo en un lugar de representación social y consumo. Esta dinámica de transformación de la estructura comercial en los centros urbanos se está produciendo, de una u otra forma, en todas las ciudades occidentales. (MUÑOZ, 2008). Se trata de un efecto de la sociedad capitalista que dota a los espacios de mayor representatividad de un nuevo valor económico capaz de transformar el espacio comercial, residencial y, finalmente, el paisaje urbano, en un espacio globalizado.

6. BIBLIOGRAFÍA

CULLEN, G. (1974): *Paisaje Urbano*. Editorial Blume, Barcelona.

DEBORD, G. (1967): *La sociedad del espectáculo*. Se puede descargar un pdf con la traducción al castellano en www.sindominio.net/ash/espect.htm

FERNANDEZ, C. (2010): *Investigación sobre el mercado inmobiliario madrileño*. Trabajo de Investigación Tutelado del programa de doctorado del DUyOT, Madrid.

GARCIA BALLESTEROS, A. (2000): *El espacio social del consumo en la cultura de la postmodernidad*, en *Estudios Geográficos*, tomo LXI, Madrid.

GEHL, J. (2006): *La vida entre los edificios*. Editorial Reverté, Barcelona.

¹¹ Elaborado por la Cámara de Comercio en 1986. En la actualidad está descatalogado, pero se puede consultar en la biblioteca del Instituto de Formación Empresarial. Se trata de siete volúmenes en los que se identifican los establecimientos comerciales según las zonas de la capital.

KRIER, R. (1981): *El espacio urbano*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

LOPEZ DE LUCIO, R. (1996): “Centros urbanos frente a nuevas centralidades comerciales” en *Cuadernos de Investigación Urbanística*, nº 14. Editado por el DUyOT.

- (1998): “Espacio público e implantación comercial en la ciudad de Madrid. Calles comerciales versus grandes superficies” en *Cuadernos de Investigación Urbanística*, nº 23. Editado por el DUyOT.

MUÑOZ, F. (2008): *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

SANTOS, M. (1996): *A natureza do espaço. Técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo, HUIPEC.

En internet:

Plan de Paisajes Culturales. Ministerio de Cultura

www.mcu.es/patrimonio/MC/IPHE/PlanesNac/PlanPaisajesCulturales.html

Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid www.madrid.org/iestadis/

Planes y proyectos del Ayuntamiento de Madrid www.munimadrid.es

Asociación de vecinos del distrito Centro de Madrid www.somoscentro.com

LA CIUDAD EN EL LENGUAJE Y EL LENGUAJE EN LA CIUDAD

Rocío PEÑALTA CATALÁN y Diego MUÑOZ CARROBLES

Universidad Complutense de Madrid
Departamento de Filología Románica, Filología Eslava y Lingüística General
rociopenalta@filol.ucm.es y dmcarrobles@filol.ucm.es

Resumen

Una de las metáforas clásicas consiste en comparar la ciudad con el cuerpo, con un organismo viviente. La ciudad es, en efecto, un ente vivo, que crece, cambia, se modifica en función de los acontecimientos históricos, sociales, políticos, culturales, etc. Asimismo, son numerosos los nombres y calificativos relacionados con la anatomía humana que se aplican a la ciudad, como por ejemplo, el corazón de la ciudad, el centro neurálgico, las arterias, la circulación, el pulmón de la ciudad, etc. Aunque en el ámbito del urbanismo el lenguaje que relaciona la ciudad con un cuerpo humano se ha ido generalizando a lo largo del siglo XX, ya desde el siglo I a. C. el arquitecto romano Vitruvio proponía la construcción de la ciudad en función de las proporciones del cuerpo humano. Por otra parte, podemos encontrar ejemplos de estas metáforas que identifican el espacio urbano con un organismo vivo en la literatura de todas las épocas, que no sólo ha aprovechado las ya existentes sino que ha generado otras nuevas, como es el caso de la novela de Émile Zola *El vientre de París*, que equipara el mercado central de la capital francesa con un enorme estómago. En la segunda parte de este trabajo pretendemos mencionar los fenómenos lingüísticos más importantes que tienen lugar en el contexto urbano. La ciudad constituye un escenario privilegiado para la investigación lingüística, ya que es motor del cambio y de la innovación dentro de la lengua, y en este ámbito ocurren procesos tales como la diferenciación diastrática de la lengua (según la clase social), la planificación lingüística, así como el contacto de lenguas, ya sean vernáculos o bien como consecuencia de procesos migratorios. Intentaremos analizar brevemente estos procesos aportando ejemplos de ciudades como Nueva York, Montreal, Madrid o Barcelona.

Palabras clave: ciudad, lengua y literatura, metáfora, sociolingüística.

1. INTRODUCCIÓN

En la literatura y la lingüística contemporáneas, la ciudad se ha convertido en tema fundamental y foco de innovación. A través del quiasmo que da título a nuestro artículo –y cuya finalidad es mostrar la estrecha relación que existe entre los dos conceptos, lenguaje y ciudad– pretendemos acercar brevemente al lector al valor metafórico del espacio urbano en la literatura y al papel como centro de difusión y campo de exploración que desempeña en el estudio de la lengua.

2. LA CIUDAD EN EL LENGUAJE

La ciudad es el lugar donde el hombre vive, trabaja, se relaciona y se comunica con sus semejantes. El espacio urbano es, en consecuencia, un espacio afectivo, o antropológico –según la terminología de Marc Augé–, cargado de significaciones. La literatura y el arte ofrecen testimonio de la importancia de la ciudad, que se convierte en marco e incluso en protagonista de la acción en numerosas obras, especialmente desde el inicio de la Modernidad –y el *Spleen de Paris* de Charles Baudelaire constituye un buen ejemplo, con la ciudad como elemento fundamental desde el título. El cine, arte por excelencia del siglo XX, tiene también el espacio urbano como decorado principal en muchas ocasiones. La importancia de la ciudad en todas las artes, y sobre todo en la literatura, ha dado origen a múltiples símbolos, metáforas, comparaciones y todo tipo de figuras retóricas relacionadas con el paisaje urbano.

2.1. La ciudad como cuerpo

Uno de los recursos clásicos consiste en comparar la ciudad con el cuerpo humano. Efectivamente, hay numerosas metáforas organicistas e incluso animistas que establecen una equivalencia entre el

espacio de la ciudad y un organismo vivo. Si bien es útil –y frecuente– realizar un análisis de la ciudad desde el punto de vista funcional, destacando las grandes funciones que en ella se desarrollan, sería en nuestra opinión un poco reductor dejar de lado otras posibles interpretaciones o lecturas del espacio urbano. Una de estas interpretaciones es, como ya hemos señalado, la visión fisiológica de la ciudad, es decir, la consideración de ésta como un organismo vivo.

Italo Calvino, en su artículo “Los dioses de la ciudad”, yuxtapone estas dos visiones del espacio urbano: la ciudad como máquina y la ciudad como ser vivo. La comparación de la ciudad con una máquina es pertinente en el sentido de que permite conocer su funcionamiento, su utilidad; en resumen, que la ciudad sirve para ser habitada.

Le Corbusier, en la *Carta de Atenas* (1943), texto que recoge las conclusiones del IV CIAM (Congreso Internacional de Arquitectura Moderna), celebrado en 1933 en Atenas, y cuyo tema principal había sido, precisamente, “La ciudad funcional”, establece las cuatro grandes “funciones” humanas: habitar, trabajar, divertirse y desplazarse o circular, que todos los ciudadanos llevan a cabo en el medio urbano. Esta carta –texto fundador del urbanismo moderno– expone los medios para mejorar las condiciones de vida en la ciudad moderna, que debe permitir el desarrollo armonioso de estas funciones fundamentales, y presenta en 95 puntos un programa para la planificación y la construcción de las ciudades basado en la creación de zonas independientes para las cuatro “funciones” señaladas: la vida, el trabajo, el ocio y las infraestructuras de transporte. La *Carta de Atenas* ha sido muy criticada por la visión excesivamente rígida del urbanismo que ofrece, ya que hoy en día se concibe la ciudad no como un plano dividido en compartimentos estancos, sino como una red en la que todas las funciones, los lugares y los individuos se interrelacionan.

Volviendo a la teoría que Italo Calvino expone en el artículo mencionado, la comparación de la ciudad con una máquina, si bien es pertinente, es también “desviadora” ya que todas –o casi todas– las ciudades son resultado de adaptaciones sucesivas a funciones diversas que no estaban previstas en el momento de su planificación inicial, mientras que una máquina ha sido creada para cumplir una función concreta (CALVINO, 1995: 310). Puesto que la ciudad cambia, crece y se transforma en función de los acontecimientos históricos, sociales, políticos o culturales, puede compararse con un organismo vivo.

[...] la comparación con el organismo viviente en la evolución de la especie [...] puede decirnos algo importante sobre la ciudad: cómo pasando de una era a otra las especies vivientes o adaptan sus órganos a nuevas funciones o desaparecen. Lo mismo pasa con la ciudad. Y no hay que olvidar que en la historia de la evolución cada especie se lleva consigo caracteres que parecen restos de otras, puesto que no se corresponden ya con necesidades vitales [...]. Así, la fuerza de la continuidad de una ciudad puede consistir en caracteres y elementos que no parecen hoy imprescindibles porque están olvidados o contraindicados para su funcionamiento actual. (CALVINO, 1995: 310-311)

El propio Le Corbusier, en su libro *A propósito del urbanismo*, escribe sobre los cambios que se han producido en la estructura de la ciudad a medida que la velocidad de los medios de transporte ha ido aumentando (cf. LE CORBUSIER, 1980: 7). Cada movimiento que se opera en la sociedad –ya sea lento y gradual o rápido y súbito– deforma y readapta o degrada de manera irreparable el tejido urbano, su topografía, su sociología, su cultura institucional, su cultura de masas y su antropología.

En el momento actual, la metrópoli es diversa y compleja, y cada uno de sus elementos forma parte de un plano “intrincado y fluido, difícil de reconducir a la esencialidad de un esquema” (CALVINO, 1995: 312) tan simple como el propuesto por aquellos primeros urbanistas.

En el interior de este tejido urbano hay órganos que la ciudad necesita para su correcto funcionamiento. Se suele hablar del corazón de la ciudad, de las arterias, del centro neurálgico... Diversos nombres y calificativos relacionados con la anatomía humana se aplican a la ciudad, lo que confirma nuestra hipótesis acerca de las metáforas corporales. Los propios urbanistas emplean este vocabulario en sus proyectos cuando hablan de las arterias de una ciudad, para referirse a las grandes vías de circulación por las que se desplazan los ciudadanos y los vehículos, que, a su vez, se convierten en la sangre de la ciudad, al ser denominados “circulación”; el corazón, al hablar del centro de la ciudad, de su casco antiguo, de la plaza mayor; la espina dorsal o columna vertebral, que es la principal vía pública que atraviesa y comunica la ciudad; el centro neurálgico que, en general, designa el núcleo político o económico de la ciudad, el foco administrativo, institucional o empresarial; los pulmones de la ciudad, que son sus parques, jardines públicos y zonas verdes, etc. Se habla también de las zonas “cancerosas” o enfermas de la ciudad, o de sanear ciertos barrios. Le Corbusier habla de la “lepra de los suburbios” que debía desaparecer con la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de las masas obreras en la gran ciudad moderna.

Aunque, en ocasiones, estas expresiones pueden ser empleadas por los urbanistas o por los poderes públicos de una manera interesada y eufemística, aportan riqueza y matices al lenguaje sobre la ciudad. El hecho de que la literatura haya incorporado estas metáforas y comparaciones a su discurso constituye una buena prueba de ello.

En realidad, la identificación entre forma urbana y forma humana es un tópico casi ancestral. Uno de sus momentos culminantes es el Renacimiento. Desde Vitruvio (siglo I a. C.), la naturaleza ha sido un referente fundamental, tanto para la arquitectura como para el urbanismo. Los arquitectos renacentistas se interesaron en ella en busca de una legitimación de orden superior: la naturaleza representaba lo divino, todo lo positivo que la ciudad debía imitar. Perseguían también la belleza, puesto que la naturaleza había sido reconocida por todos como un ideal de armonía y equilibrio (*vid.* GARCÍA VÁZQUEZ, 2006: 120). Es por esto por lo que la arquitectura imita a la naturaleza y, en ocasiones, al cuerpo humano.

Una muchacha corintia, de buena familia, dispuesta ya para sus esponsales, enfermó y murió. Tras el funeral, su sierva recogió en un cestillo las vasijas y las copas que la muchacha amó en vida y las llevó al monumento, dejándolas en lo más alto del mismo. Cubrió el cestillo con un ladrillo garantizando así el que sus pertenencias la sobrevivirían tanto más que si el cestillo hubiera quedado abierto. Por caso, colocó el cestillo sobre una raíz de acanto que, a pesar de estar sometida al peso del cestillo, floreció en primavera con profusión de tallos y hojas. Los tallos al crecer, forzados por la presencia del ladrillo sobre el cestillo, se rizaron, formando volutas en los ángulos. Calímaco, a quien por la elegancia y el refinamiento de sus labras llamaban *Catatechnos* los atenienses pasó frente al monumento y reparó en el cestillo y en las tiernas hojas. Atraído por el conjunto y la novedad de aquella forma, labró para los corintios columnas inspiradas en aquel modelo, fijando así las normas de sus proporciones. (VITRUVIO *apud* MONEO VALLÉS, 2005: 13)

Todo esto se ha reflejado también en las artes plásticas, que han representado paisajes urbanos y edificios con características y rasgos antropomorfos. La pintura juega con los panoramas naturales, los arbustos y las rocas se combinan para crear perfiles y siluetas humanas. Incluso las antiguas cartas geográficas daban formas humanas a las tierras y ciudades representadas.

2.2. Metáforas corporales y espacio urbano

Se puede encontrar una gran cantidad de ejemplos de estas metáforas que transforman la ciudad en cuerpo humano a lo largo de toda la literatura. En este artículo hemos recogido diversas citas literarias que ponen de manifiesto la productividad que esta humanización del paisaje urbano tiene en la novela occidental. Hay que advertir que esta selección no pretende en ningún caso ser exhaustiva; por el contrario, hemos seleccionado ejemplos de los que ya teníamos constancia, de obras que ya conocíamos, siendo perfectamente conscientes de que existen muchísimos más, tanto

en la novela como en otros géneros literarios, y tanto en la obra de autores occidentales como en la literatura oriental.

Ya hemos hablado sobre las arterias de la ciudad, sobre su corazón. He aquí un ejemplo extraído de la novela *La télévision* de Jean-Philippe Toussaint. El narrador sobrevuela en avión la ciudad de Berlín y describe el paisaje urbano que observa desde el aire, utilizando varias metáforas organicistas.

Vu d'en haut, à trois ou quatre cents pieds d'altitude, la ville, immense, que le regard ne pouvait embrasser d'un seul coup tant elle s'étendait de toutes parts, semblait être une surface étonnamment plate et régulière [...] que traversait parfois une grande artère, où l'on pouvait suivre la progression de minuscules voitures [...]. Je reconnaissais ici ou là quelque monument dont les formes caractéristiques se profilaient en contrebas, la Siegessäule, isolée au cœur de son étoile d'avenues presque désertes [...]. (TOUSSAINT, 2002: 178-179)

Para el narrador de *La télévision*, la autopista que atraviesa Berlín parece un “brazo tendido en dirección a los confines de la Funkturm” (TOUSSAINT, 2002: 49); y por ella se puede observar el avance de los vehículos, que circulan como un líquido que fluye por las arterias de la ciudad.

Puis, avant de traverser, [...] je dus attendre le passage de nouveaux flux de voitures, qui se présentaient toujours par vagues successives, ne laissant entre elles qu'une courte respiration avant le déferlement bruyant de la vague suivante. (TOUSSAINT, 2002: 50)

Si la ciudad es un cuerpo, el suelo, sus superficies son la carne de este enorme ser vivo. Para Boris Vian, en *L'écume des jours*, la tierra sobre la cual caminan los personajes es un músculo tibio y palpitante, hollado una y otra vez por los paseantes.

Il marchait le plus vite possible, mais ses pieds enfonçaient dans la terre chaude qui, partout, reprenait lentement possession des constructions et de la route. [...] Il pressa le pas, arrachant ses pieds des trous qu'ils formaient dans le sol. La terre se resserrait aussitôt, comme un muscle circulaire, et il ne subsistait plus qu'une faible dépression à peine marquée, elle s'effaçait presque immédiatement. (VIAN, 2006: 241-242)

Y bajo la superficie, bajo la piel de la ciudad, están sus entrañas: los subterráneos, las tuberías, los túneles por los cuales circula el metro. Las vías del metro son, según la descripción de Francisco Umbral en *Mortal y rosa*, los intestinos férreos que atraviesan el alma de la metrópoli; y la estación subterránea, un “inmenso útero latiente”:

Volver al Metro. Cuando una ciudad tiene acacias, soles provincianos, cerveza, cuando una ciudad ignora el intestino férreo que le corre por el alma, el hombre de la calle, dicen, el hombre de debajo de la calle [...] era cuando entrabas en el metro batiendo fuerte las puertas de hierro, inmenso útero latiente de multitud, de olores, de vendedoras de carteles... (UMBRAL, 2007: 127)

De la misma manera, el dramaturgo estadounidense Elmer L. Rice compara en su obra de teatro *The Subway: A Play in Nine Scenes* (1929) el espacio subterráneo recorrido por el metro con las entrañas de la ciudad. “And under the ground... thousands and thousands of holes..., hundreds of thousands... Rails of steel, twists, bends... ‘The Subway’. The entrails of the city. ¡Speed! ¡Speed!” (RICE, 1935: escena VI).

Émile Zola, con su novela *El vientre de París*, ha creado una nueva metáfora verdaderamente productiva al comparar el mercado de Les Halles con un estómago gigante, el vientre que digiere el alimento y que genera los desechos de París. El edificio se convierte en símbolo de la Modernidad, del crecimiento y la degeneración de la gran ciudad moderna, de los celos y la avaricia, de la lucha de clases, de las fortunas amasadas por los gordos burgueses, de la abundancia pero también de la pobreza, de la mezquindad, de la mediocridad de una clase media que aspira a ascender en la escala social a cualquier precio.

Il revoyait les fenêtres luisantes des boulevards, les femmes rieuses, la ville gourmande qu'il avait laissé par cette lointaine nuit de janvier ; et il lui semblait que tout cela avait grandi, s'était épanoui dans cette énormité des Halles, dont il commençait à entendre le souffle colossal, épais encore de l'indigestion de la veille. (ZOLA, 1974: 21-22)

Maintenant il entendait le long roulement qui partait des Halles. Paris mâchait les bouchées à ses deux millions d'habitants. C'était comme un grand organe central battant furieusement, jetant le sang de la vie dans toutes les veines. Bruit de mâchoires colossales, vacarme fait du tapage de l'approvisionnement, depuis les coups de fouet des gros revendeurs partant pour les marchés de quartier, jusqu'aux savates traînantes des pauvres femmes qui vont de porte en porte offrir des salades, dans des paniers. (*Ibid.*: 52-53)

Les Halles géantes, les nourritures débordantes et fortes, avaient hâté la crise. Elles lui semblaient la bête satisfaite et digérant, Paris entripaillé, cuvant sa graisse, appuyant sourdement l'empire. Elles mettaient autour de lui des gorges énormes, des reins monstrueux, des faces rondes, comme de continuels arguments contre sa maigreur de martyr, son visage jaune de mécontent. C'était le ventre boutiquier, le ventre de l'honnêteté moyenne, se ballonnant, heureux, luisant au soleil, trouvant que tout allait pour le mieux, que jamais les gens de mœurs paisibles n'avaient engraisé si bellement. (*Ibid.*: 226)

Como símbolo de la Modernidad, el mercado central es una construcción de acero y cristal, una enorme máquina moderna:

[...] elles apparurent comme une machine moderne, hors de toute mesure, quelque machine à vapeur, destinée à la digestion d'un peuple, gigantesque ventre de métal, boulonné, rivé, fait de bois, de verre et de fonte, d'une élégance et d'une puissance de moteur mécanique, fonctionnant là, avec la chaleur du chauffage, l'étourdissement, le branle furieux des roues. (ZOLA, 1974: 44-45)

En *El Gatopardo* de Tomasi di Lampedusa, el perfil de la ciudad, el *skyline*, las cúpulas que destacan sobre la línea de tejados son asimiladas a escualidos senos vacíos y secos.

La strada adesso era in leggera discesa e si vedeva Palermo vicina completamente al buio. Le sue case basse e serrate erano oppresse dalla smisurata mole dei conventi; di questi ve ne erano diecine, tutti immani, spesso associati in gruppi di due o di tre, conventi di uomini e di donne, conventi ricchi e conventi poveri, conventi nobili e conventi plebei, conventi di Gesuiti, di Benedettini, di Francescani, di Cappuccini, di Carmelitani, di Liguorini, di Agostiniani... Smunte cupole dalle curve incerte simili a seni svuotati di latte si alzavano ancora più in alto, ma erano essi, i conventi, a conferire alla città la cupezza sua e il suo carattere, il suo decoro e insieme il senso di morte che neppure la frenetica luce siciliana riusciva mai a disperdere. (TOMASI DI LAMPEDUSA, 2002: 44)

En la novela *Paesi tuoi* de Cesare Pavese, la descripción del entorno, la personificación de los elementos naturales y una adjetivación rica en matices transforman el paisaje en el verdadero protagonista de la narración. Las colinas, los campos sembrados, el cielo, adquieren rasgos humanos, y los personajes entablan un diálogo con ellos. El mejor ejemplo de antropomorfismo lo encontramos en la metáfora que identifica las colinas con los pechos de una mujer; comparación que el protagonista de *Paesi tuoi* repite una y otra vez. En su opinión, la granja donde vive está situada entre dos colinas que parecen dos senos. El paisaje aparece cargado, por lo tanto, de connotaciones eróticas.

Me vuelvo y veo otra vez la colina del tren. Había crecido y parecía totalmente una teta, completamente redonda en las laderas y con un mechón de árboles que la manchaba en la punta. Y Talino se reía para sí, como un palurdo, como si estuviera de verdad ante una mujer que le mostrara la teta. Apuesto a que nunca antes lo había pensado. (PAVESE, 2001: 31)

Miro hacia arriba los murciélagos que vuelan y veo ante mí, toda rosada, la colina del tren, con su pezón en la punta, sus luces en la ladera, y me vuelvo, pero la casa esconde la otra que se veía desde la era. Estamos en medio de dos mamas, digo; aquí nadie lo piensa, pero estamos entre dos mamas. (*Ibid.*: 40)

2.3. La ciudad como cuerpo femenino

Desde la Antigüedad, los hombres representaban el espíritu de la ciudad evocando los nombres de los dioses que habían presidido su fundación. Estos nombres eran personificaciones de actitudes vitales o bien personificaciones de elementos del entorno –un río, un accidente orográfico, un tipo de vegetación– que debían garantizar la permanencia de la imagen de la ciudad, en tanto que forma estética y emblema de sociedad ideal, a lo largo del tiempo a pesar de las sucesivas transformaciones del paisaje urbano. Hay numerosas representaciones artísticas de estos dioses fundadores y protectores, sobre todo bajo la forma de una mujer coronada de murallas y torres, símbolo de la ciudad fortificada; como, por ejemplo, la diosa Cibele.

Es curioso el hecho de que la ciudad sea representada por la figura de una divinidad femenina y no por una masculina. De la misma manera, el espacio de la ciudad aparece a menudo en la literatura como el cuerpo de una mujer que hay que conquistar y ocupar. Un buen ejemplo lo encontramos en la obra de Agustín de Foxá, escritor y embajador español en Rumanía durante el periodo de entreguerras, que describe –en su relato *Misión en Bucarest*– los paseos del protagonista por la ciudad como la toma de posesión del cuerpo de una mujer: “Julio tomaba íntegra posesión de la ciudad como si se tratara de una mujer” (FOXÁ, 1965: 52). La capital rumana se presenta como un espacio sensual y sensorial recorrido de un extremo al otro por el protagonista, que penetra en los rincones más profundos de la ciudad (PEÑALTA, 2009: 143).

En este sentido, es realmente interesante el caso de *Le città invisibili* de Italo Calvino, un conjunto de textos sobre ciudades imaginarias con nombres femeninos. El autor bautiza cada una de las 55 ciudades con un nombre de mujer, la mayoría de ellos de origen griego –Dorotea, Isaura, Zoe, Eufemia, Tecla, Irene–; pero también los hay de origen hebreo –Tamara–; árabe –Zaira, Zora, Zenobia–; latino –Olivia, Octavia, Clarisa–; germánico –Valdrada, Adelma, Olinda–; ruso –Fedora–, e incluso guaraní –Raísa. Muchos de ellos proceden de la mitología clásica, como Baucis, Pirra o Pentesilea.

De nuevo, encontramos aquí numerosos ejemplos que permiten identificar las ciudades con cuerpos femeninos, sobre todo entre los textos reunidos bajo el epígrafe de “Las ciudades y el deseo”. El narrador de *Las ciudades invisibles* es Marco Polo, un explorador solitario siempre ávido de realizar nuevas conquistas. “Al hombre que cabalga largamente por tierras agrestes le asalta el deseo de una ciudad” (CALVINO, 2007: 23). Expresado de esta manera, el deseo de la ciudad aparece casi como una pulsión; como si de una mujer se tratara, el viajero imagina cómo sería su “ciudad ideal”: “[...] En todas estas cosas pensaba el hombre cuando deseaba una ciudad. Isidora es, pues, la ciudad de sus sueños [...]” (*ibíd.*).

Este anhelo de dominación y conquista se hace explícito en los relatos que se encuadran en la sección “Las ciudades y el deseo”. En todas estas ciudades aparecen mujeres –además de riquezas, especias, manjares suculentos y todo aquello que pueda despertar los apetitos humanos. En Dorotea, “las mujeres tenían hermosos dientes y miraban directamente a los ojos” (CALVINO, 2007: 24); los fundadores de Zobeida soñaron con “una mujer que corría de noche [...], la vieron de espaldas, con el pelo largo, y estaba desnuda” (*ibíd.*: 59); en Despina hay “patios embaldosados sobre los cuales danzan descalzas las bailarinas y mueven los brazos, ya dentro, ya fuera del velo” (*ibíd.*: 33); en Anastasia, las mujeres se bañan en el estanque de un jardín “y a veces invitan al viajero a desvestirse con ellas y a perseguirlas en el agua” (*ibíd.*: 27).

Entre las ciudades invisibles podemos encontrar imágenes positivas y negativas, ciudades felices y ciudades tristes, ciudades que acogen con hospitalidad al viajero y otras que le expulsan o que le hacen perderse en su interior. La literatura utiliza de manera muy sutil la relación entre la morfología del cuerpo femenino y la configuración del espacio urbano, pues esta relación va

mucho más allá de la simple identificación entre la apariencia física de la mujer y el paisaje de la ciudad.

Dubois descubre un doble aspecto en el simbolismo femenino y maternal de la gran ciudad, un lado positivo y un lado negativo o –con sus propias palabras– una “bonne image” y una “mauvaise image” maternas. La imagen maternal en sentido positivo da lugar a ciudades opulentas, protectoras y nutricias, “que son como la esposa de su caudillo y la madre de su rey”. Pero la ciudad puede responder también a una imagen negativa de la maternidad: “Se reviste entonces de un hábito guerrero, se transforma en amazona y entra en conflicto con el Padre: este conflicto termina con la destrucción de la ciudad [...]”. De esta manera, a las ciudades felices y plenas como la Jerusalén celeste o la Roma de la *Eneida* se oponen las ciudades incompletas o malditas: Sodoma, Babel, la Gran Babilonia del *Apocalipsis*¹², Troya y Cartago (DUBOIS, 1985: 168-169).

El caos urbano puede representar la moral desordenada y confusa de esta ciudad-mujer, que se presenta como un cuerpo oferente y apetecible. Guiado por sus anhelos, el hombre penetra en la ciudad con el fin de conquistarla. Pero la ciudad es engañosa, posee una cara dulce y otra maligna, y termina por atrapar al hombre. El hombre no conquista la ciudad, es la ciudad la que domina al hombre.

En la tetralogía *El cuarteto de Alejandría* (1957-1960) del escritor británico Lawrence Durrell, podemos encontrar numerosos casos en que la ciudad de Alejandría domina la voluntad de los personajes, ejerciendo una extraña influencia –casi siempre negativa– sobre ellos. La ciudad es continuamente personificada, es quien decide y controla la existencia de sus habitantes. Por ejemplo, en la primera novela, *Justine*, podemos leer pasajes sobre la ciudad como los siguientes:

Me remonto paso a paso por el camino del recuerdo para llegar a la ciudad donde todos vivimos un lapso tan breve, la ciudad que se sirvió de nosotros como si fuésemos su flora, que nos mezcló en conflictos que eran suyos y que creímos erróneamente nuestros, la amada Alejandría. (DURRELL, 1964: 11)

Justine decía que estábamos atrapados en la proyección de una voluntad demasiado poderosa y deliberada para ser humana, el campo de atracción que Alejandría presentaba ante aquellos que había elegido para convertir en sus símbolos vivientes... (Ibíd.: 17)

Cuando el *cafard* de la ciudad se apoderaba de ella, me desesperaba tratando de imaginar la manera de despertarla de su apatía. (Ibíd.: 53)

2.4. Las metáforas de la ciudad postmoderna

Hoy en día, aparentemente predomina una visión negativa de la metrópoli en el mundo actual. La gran ciudad postmoderna ha perdido su carga afectiva, su significación antropológica, convirtiéndose en un espacio deshumanizado donde el hombre ya no puede reconocerse, ni reconocer su pasado, su historia, identificarse con sus semejantes; es lo que Marc Augé denomina “no-lugar”.

A pesar de esta visión negativa, el espacio urbano posmoderno, el no-lugar –también denominado por el arquitecto holandés Rem Koolhaas “espacio basura” o “ciudad genérica” (cf. KOOLHAAS, 2006 y 2007)– continua generando metáforas corporales, como ésta de la novela *Ventanas de Manhattan* de Antonio Muñoz Molina, en la que un espacio tan neutro e impersonal como el aeropuerto es comparado con el interior del organismo humano:

Al salir del avión por uno de esos tubos que se acoplan a las puertas no se llega nunca a una ciudad ni a un país, sino al espacio neutro y opresivo de un aeropuerto, sobre todo al llegar a la Terminal de la compañía TWA en el aeropuerto Kennedy, que tiene pasillos semejantes a las tuberías interiores de un organismo humano y salas

¹² El *Apocalipsis* describe a Babilonia como una mujer vestida de púrpura y adornada de oro y piedras preciosas. “La mujer que has visto es aquella ciudad grande que tiene la soberanía sobre todos los reyes de la tierra” (Ap 17, 18).

cerradas y cóncavas como las cámaras secretas de un cuerpo. No se ve nada, todavía, no se ve a nadie, ni siquiera hay flechas o indicadores, tan sólo hay que dejarse llevar entre la multitud de los recién llegados por los conductos tubulares, por las escaleras mecánicas, por las puertas automáticas que se abren de golpe con un silbido hidráulico, todos los pasajeros unificados en nuestros pasos por un rígido destino común, aunque provisional, por el cansancio del viaje, apretados en los corredores estrechos, que tienen un aire penitenciario, una anticipación del modo en que seremos tratados cuando lleguemos a la gran sala del control de pasaportes, donde confluyen viajeros llegados de cualquier esquina del mundo, como una vasta representación de la Humanidad. (MUÑOZ MOLINA, 2004: 22)

Con este último ejemplo pretendemos demostrar que la comparación entre la ciudad y el cuerpo y todas las metáforas derivadas de este recurso están todavía en vigor en la literatura y el arte actuales.

3. EL LENGUAJE EN LA CIUDAD

En esta segunda parte de nuestro trabajo queremos insistir en las metáforas que se emplean para definir a la ciudad, entendida en este caso como escenario donde se desarrollan varios fenómenos lingüísticos destacables. Concretamente nuestra intención es tratar la ciudad como ecosistema, como mosaico y como motor.

La ciudad constituye para los lingüistas un campo de estudio rico y difícil de agotar, en especial para la sociolingüística, desde los pioneros estudios de William Labor sobre la ciudad de Nueva York en los años 60. Un insigne nombre de esta disciplina, R. Wardhaugh, insiste en la complejidad y utilidad de la ciudad como campo de estudio lingüístico:

Cities are much more difficult to characterize linguistically than are rural hamlets; variation in language and patterns of change are much more obvious in cities [...]. Migration, both in and out of cities, is also usually a potent linguistic factor. Cities also spread their influence far beyond their limits and their importance should never be underestimated. (WARDHAUGH, 1998: 46-47)

El ser humano necesita apropiarse del espacio mediante el lenguaje y por ello, va creando los nombres de lugar o topónimos: esto no podría ser una excepción en el caso urbano y por ello, junto a los nombres oficiales de calles, plazas o poblaciones, tenemos ejemplos de topónimos populares como podría ser Pucela (Valladolid) o bien apelativos que han hecho olvidar la denominación administrativa de algunas vías públicas la Plaza de los Cubos (Plaza Santa María Micaela) o la Plaza de la Luna (Plaza Soledad Torres Acosta). Este es un mero ejemplo de cómo las personas usamos el lenguaje para moldear el espacio.

Asimismo, la existencia de diferentes lenguas dentro de la misma ciudad puede propiciar interesantes muestras de paisaje lingüístico urbano: rótulos de tiendas y negocios en diferentes idiomas, anuncios en farolas y semáforos, carteles publicitarios en lenguas de comunicación internacional, etc. La ciudad occidental contemporánea vive en idiomas diversos, es un espacio lingüístico plural, en movimiento. El multilingüismo urbano puede configurar espacios cosmopolitas, bilingües, plurilingües, o en el peor de los casos, las lenguas pueden sufrir una segregación espacial y llegar a crear guetos dentro de una ciudad (Chinatown).

3.1. La ciudad, ecosistema

La sociolingüística, entendida como el estudio de la variación social del lenguaje, se ha ocupado desde sus inicios del contexto urbano. Sin embargo, una disciplina más reciente se abre paso: la ecolingüística, el estudio de la lengua como un ecosistema, especialmente desde los estudios de H. Haarmann, en los años 80, para quien “la ecología lingüística debería abarcar todas las redes de relaciones sociales que controlan la variación del lenguaje y el comportamiento de sus hablantes” (HAARMANN, 1986: 3). Si tomamos la ciudad como un ecosistema, podemos decir que es el

hábitat de individuos y comunidades que poseen lenguas diferentes, por ello nos interesa saber cómo interactúan los diferentes idiomas dentro del espacio urbano.

No todos los casos de convivencia entre lenguas se comportan de manera semejante; podemos distinguir situaciones de cosmopolitismo, cuando conviven lenguas de circulación internacional y asociadas a comunidades lingüísticas de estatus social medio-alto. Ponemos el caso de Bruselas, sede de numerosos organismos internacionales. Igualmente podemos encontrar ciudades donde se dan casos de bilingüismo social –no queremos entrar en consideraciones de lenguas prestigiosas o lenguas perseguidas, como podría ser Barcelona, cuya sociedad vive y se desarrolla en catalán y español.

Junto a los casos de lenguas vernáculas que conviven, encontramos el caso de las lenguas no autóctonas de las diferentes comunidades lingüísticas inmigrantes que han ido llegando a las ciudades occidentales. Las lenguas de la inmigración han ido modelando el ecosistema urbano, hasta hace décadas monolingüe, y ellas mismas han sufrido variación en contacto con la variedad dominante.

La convivencia entre idiomas dentro de la ciudad suele dar lugar a la aparición de híbridos lingüísticos, como resultado del contacto cultural y de lenguas. Pensemos en el *Spanglish*, fenómeno típicamente urbano que nació del contacto entre las comunidades de habla hispana con la lengua inglesa en las ciudades de Estados Unidos. De hecho, Diarmait Mac Giolla, al analizar el caso de la ciudad californiana de Los Ángeles, insiste en que la lengua de los inmigrantes hispanos está cambiando la ciudad: “One can assume that the overwhelming majority of the foreign-born population of the city speaks Spanish as first language. But coincident with this is the emergence of ‘Spanglish’ as an urban linguistic phenomenon” (MAC GIOLLA, 2007: 131-132).

Existen otros casos como el *joual* de la ciudad francocanadiense de Montreal, fruto del contacto entre inglés y francés en el contexto urbano, o el lunfardo de Buenos Aires y su área metropolitana, surgido del contacto entre español e italiano. Más cerca de nosotros, entre la inmigración rumana de Madrid, se ha popularizado el término “rumañol”, para designar a la variedad de rumano con numerosos préstamos del español, incluso para designar una identidad cultural híbrida, a medio camino entre lo rumano y lo español.

El ecosistema lingüístico urbano puede desarrollarse pues en una o varias lenguas y podríamos establecer el criterio de que una ciudad es multilingüe cuando varios individuos pueden desarrollar su vida en ella en sus propios idiomas.

3.2. La ciudad, mosaico

Llega el turno ahora de ocuparnos de las variedades de una misma lengua dentro de la ciudad y para tal fin hemos elegido la imagen del mosaico. En la ciudad conviven diferentes estratos sociales, cada uno de ellos habla, en teoría, una variedad diferente de la misma lengua, son las denominadas variedades diastráticas. Decimos en teoría porque estas clasificaciones son orientativas, ya que las tradicionales clases sociales son muy difíciles de aislar y porque, dentro de ellas, cada individuo posee su propia variedad de lengua, también llamada idiolecto.

En el mismo escenario urbano podemos encontrar clases “bajas” que comparten unos determinados rasgos de habla, así como unas clases medias y altas, que hacen lo propio. El mosaico nos sirve para ilustrar perfectamente esta situación de variedad diastrática de la lengua: cada tesela puede ser diferente pero vistas en conjunto forman un dibujo unitario, un todo.

Así pues, si nos referimos a Madrid, podemos encontrar individuos de extracción social media-baja con pronunciación “ejke” o aún más asimilada “ejje” junto a la pronunciación afectada (o fingida) que caracteriza a las clases altas (o a las que desean serlo o parecerlo), por ejemplo con el fonema /s/ en posición implosiva. Sin embargo todos los grupos sociales pueden compartir rasgos locales, sobre todo léxicos, como podría ser “tronco” o “piba”. Esto es: cada pieza del mosaico puede tener sus propias “aristas” pero a su vez el mosaico en su conjunto puede y suele compartir rasgos que lo hacen único y lo diferencian de otros mosaicos o ciudades.

3.3. La ciudad, motor del cambio lingüístico

Por último queremos poner en evidencia la importancia de la ciudad como motor del cambio lingüístico, es decir, como foco de la innovación de la lengua. No estamos ante un fenómeno reciente, desde siempre los núcleos urbanos han ejercido su influencia en las diferentes lenguas, a la hora de imponer determinadas formas léxicas o fónicas. Mac Giolla en el libro anteriormente citado declara: “The impact of the city on language is varied; it is often far-reaching and is, occasionally, revolutionary” (MAC GIOLLA, 2007: 1) ¿Por qué puede una ciudad imponer su variedad geolectal o dialecto? Llega ahora el momento de introducir otro concepto clave en la sociolingüística, el prestigio. Históricamente las formas asociadas a la lengua urbana se han considerado prestigiosas y por lo tanto han ejercido una “presión” sobre las formas no prestigiosas, de tal manera que los individuos han optado por adoptar la variedad alta, es decir, el conjunto de formas consideradas de prestigio y abandonar su propia variedad, considerada de menor prestigio. Por ejemplo si repasamos la situación de algunas lenguas cercanas geográficamente a nosotros como el gallego, vemos que, por la situación de diglosia que tiene lugar, el castellano es la lengua mayoritaria en las ciudades pero no en las áreas rurales¹³. En Vigo, menos del 4% de las familias consultadas habla solamente gallego en el ámbito del hogar.

A lo largo de la historia tenemos ejemplos de este proceso, que se ha ido acelerando gracias a la continua urbanización de la sociedad. En el pasado, las innovaciones urbanas se difundían lentamente mediante el intercambio comercial en los diferentes mercados que tenían lugar en los núcleos urbanos y que ponían en contacto a gentes con dialectos diferentes. Así, una palabra nueva propia de la ciudad podía ir penetrando en el resto de dialectos hasta imponerse a las formas autóctonas originales. Hoy día los medios de comunicación hacen que este proceso sea más frecuente y rápido. Los programas y las series de televisión ponen de moda determinadas formas lingüísticas (palabras, pronunciaciones, giros) que generalmente corresponden a la variedad local urbana. Estas formas, debido al prestigio, se van popularizando entre personas que no viven en la ciudad y que las adoptan poco a poco como suyas.

Así, en el caso del español peninsular, tenemos un gran centro de innovación lingüística, que sería Madrid, sede además de los principales medios de comunicación. El prestigio de las formas madrileñas resulta en la difusión de sus formas lingüísticas a otros puntos de la península. Pongamos el ejemplo de “tronco”, “pibe”, “movida” o del verbo *passe-partout* “petar”, que van progresando poco a poco en otras zonas geográficas. En Francia, París ejerce su supremacía como motor del cambio y por eso vemos que fenómenos surgidos en la metrópolis parisina como el *verlan*, que es un tipo de argot urbano y típicamente juvenil que se caracteriza por la inversión de las sílabas y de los sonidos de una palabra (femme > meuf ‘mujer’), se va extendiendo al resto del país y de niveles del lenguaje, o bien la pronunciación londinense que difunden las series y películas británicas y que triunfa en otras zonas del Reino Unido. Debemos notar aquí que junto al aspecto urbano influyen otros factores, como la edad de los hablantes, a la hora de difundir las innovaciones.

¹³ Datos sacados de la última encuesta sobre uso de la lengua, del Instituto Galego de Estatística, “Enquisa de condicións de vida das familias”.

Atención, frente a la difusión de las innovaciones lingüísticas tenemos el fenómeno contrario de resistencia al cambio, el conocido “esprit de clocher”, término acuñado por Saussure para referirse a la defensa de las formas locales frente a las formas venidas de fuera. Cualquiera que lleve un cierto tiempo residiendo en otra ciudad sentirá, al volver a casa, algún reproche sobre su forma de hablar, poco “castiza”.

Junto al foco de innovación y cambio dentro de la lengua vernácula, la ciudad ejerce como motor del cambio dentro de las comunidades de habla de origen inmigrante. En este caso asistimos a un proceso llamado de sustitución lingüística mediante el cual los inmigrantes, debido a la necesidad de asimilarse a la sociedad de acogida, van relegando sus lenguas a usos coloquiales y familiares para ir sustituyéndolas por la lengua del grupo social mayoritario, la lengua de prestigio.

En estas circunstancias las lenguas de emigrantes pueden venir a ser ridiculizadas como “de menos valor” o “rotas” (inglés ‘broken’) [...]; aquella lengua o variedad que tiene la fortuna de ser asociada con la corriente predominante de las fuerzas sociales tiende a desplazar a las otras. (FISHMAN, 1995: 132)

Este proceso puede desembocar en la mortandad lingüística de dicha variedad, un fenómeno que tiene especial relevancia en la ciudad, donde, a pesar de no conservar el idioma, algunas comunidades pueden seguir defendiendo una identidad propia, observemos el caso de la comunidad italiana de Nueva York cuya lengua es, sin embargo, el inglés.

En definitiva, podemos concluir que si el hombre modela el espacio a través de la lengua; el espacio y en particular el espacio urbano, modela la lengua que en él se habla. Ecosistema, mosaico y motor son algunas de las imágenes que podemos aplicar al escenario urbano en su relación con el lenguaje. Convivencia de lenguas, diferentes variedades de la misma lengua, lugar de prestigio y de innovación, las calles y plazas de la ciudad, las arterias y el corazón, constituyen un excelente laboratorio lingüístico, donde personas que hablan lenguas y dialectos diferentes entran en contacto, reciben múltiples influencias y propagan las formas propias. Mientras la tendencia hacia la urbanización se mantenga, La ciudad se consagrará como el paisaje lingüístico por excelencia.

4. BIBLIOGRAFÍA

- AUGÉ, Marc (1992): *Non-lieux: introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Éditions du Seuil.
- CALVINO, Italo (1995): “Los dioses de la ciudad”, en *Punto y aparte: Ensayos sobre literatura y sociedad*, pp. 310-313. Traducción de Gabriela Sánchez Ferlosio. Barcelona: Tusquets.
- CALVINO, Italo (2007): *Las ciudades invisibles*. Traducción de Aurora Bernárdez. Madrid: Siruela.
- DUBOIS, Claude-Gilbert (1985): *L’imaginaire de la Renaissance*. Paris: Presses Universitaires de France.
- DURRELL, Lawrence (1964): *Justine. El cuarteto de Alejandría I*. Traducción de Aurora Bernárdez. Col. Horizonte. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- FISHMAN, J. (1995): *Sociología del lenguaje*. Madrid: Cátedra.
- FOXÁ de, Agustín (1965): *Misión en Bucarest y otras narraciones*. Madrid: Editorial Prensa Española.
- GARCÍA VÁZQUEZ, Carlos (2006): *Ciudad hojaldre. Visiones urbanas del siglo XXI*. Primera edición: 2004. Barcelona: Gustavo Gili.
- HAARMANN, H. (1986): *Language in ethnicity: a view of basic ecological relations*. Amsterdam: Mouton de Gruyter.

- KOOLHAAS, Rem (2006): *La ciudad genérica*. Colección GG mínima. Primera edición: 1997. Barcelona: Gustavo Gili.
- KOOLHAAS, Rem (2007): *Espacio basura*. Colección GG mínima. Primera edición: 2002. Barcelona: Gustavo Gili.
- LE CORBUSIER (1980): *A propósito del urbanismo*. Barcelona: Poseidón.
- LE CORBUSIER (1957): *La Charte d'Athènes*. Avec un discours liminaire de Jean Giraudoux. Paris: Les Éditions de Minuit.
- MAC GIOLLA, D. (2007): *Language and the city*. New York: Palgrave McMillan.
- MONEO VALLÉS, José Rafael (2005): *Sobre el concepto de arbitrariedad en arquitectura*. Discurso del académico electo Excmo. Sr. D. José Rafael Moneo Vallés, leído en el acto de su recepción pública, el día 16 de Enero de 2005. Madrid: Real Academia de Bellas Artes de San Fernando.
- MUÑOZ MOLINA, Antonio (2004): *Ventanas de Manhattan*. Col. Biblioteca breve. Barcelona: Seix Barral.
- PAVESE, Cesare (2001): *De tu tierra*. Traducción de Juan Manuel Fernández. Martorano di Cesena: Un mar de sueños.
- PEÑALTA CATALÁN, Rocío (2009): “La Guerra Civil española vista desde Bucarest: *Misión en Bucarest* de Agustín de Foxá”, en MUÑOZ CARROBLES, Diego; y ORTEGA ROMÁN, Juan José, *Bucarest: luces y sombras*, pp. 135-148. Sevilla: Grupo Nacional de Editores.
- RICE, Elmer L. (1935): “El metro (The Subway). Una comedia en nueve cuadros”, en *Teatro americano de vanguardia*. Traducción de Horacio de Castro. Prólogo de Cristóbal de Castro. Madrid: Aguilar, 1935.
- TOMASI DI LAMPEDUSA, Giuseppe (2002): *Il Gattopardo*. Milano: Feltrinelli.
- TOUSSAINT, Jean-Philippe (2002): *La télévision*. Première édition: 1997. Paris: Les Éditions de Minuit.
- UMBRAL, Francisco (2007): *Mortal y rosa*. Madrid: Cátedra.
- VIAN, Boris (2006): *L'écume des jours*. Collection Le Livre de Poche. Paris: Pauvert.
- WARDHAUGH, R. (1998): *An introduction to sociolinguistics*. Oxford: Blackwell.
- ZOLA, Émile (1974): *Le ventre de Paris*. Paris: Le livre de Poche / Fasquelle.