



La calle en la generación de conocimiento geográfico popular

David Crouch, Universidad de Derby

Este capítulo reproduce y actualiza el texto de David Crouch, presentado en 1998, con el título *The Street in the Making of Popular Geographical Knowledge* [En FYFE, N. R. (ed.) *Images of the Street: Planning, Identity and Control in Public Space*. London: Routledge, 1998, pp. 160-175]. En el texto inicial, el autor reflexiona sobre la relación del ciudadano con la calle desde distintos puntos de vista a partir de cinco categorías principales: “Prácticas y representaciones”, que alude a las formas de conocimiento y representación de la gente respecto a sus calles; “Prácticas de la calle: rituales de la calle”, que sitúa al ocio como informador útil del conocimiento geográfico; “Personificando la calle”, término relacionado con la intimidad del movimiento y la sensualidad múltiple del cuerpo en el espacio de la calle; “Desmercantilizando la calle”, que ofrece otros medios de conocer; e “Imágenes separadas parcialmente de la calle”, en referencia a la articulación inestable que ocurre en el funcionamiento de las imágenes. Ahora, Crouch relaciona las distintas formas de generar las geografías cotidianas con la gestión de los espacios patrimoniales, desde la mirada, la interpretación individual y el recuerdo, la percepción de lo exótico y de lo mundano, hasta el papel mediador de estos espacios creados a base de palimpsestos urbanos y humanos, la transformación continua de un paisaje popular y edilicio.

The street in the making of popular geographical knowledge

This chapter reproduces and updates an article by David Crouch first published in 1998, entitled “The Street in the Making of Popular Geographical Knowledge” (In FYFE, N.R. [ed.] *Images of the Street: Planning, Identity and Control in Public Space*. London: Routledge, 1998, pp. 160-175). In the original text, the author considers the relationship between citizen and street from different viewpoints in five main categories: “Practice and Representations” considers forms of knowledge and images of people with respect to their streets; “Street Practices: Rituals of the Street” situates leisure as a useful informer of geographical knowledge; “Embodying the Street” explores the intimacy of movement and the multi-sensuality of the body in street space; “Decommodifying the Street” offers other means of knowing; and “Semi-detached Images of the Street” considers the unstable articulation that occurs in the working of images. Crouch now relates different ways of generating daily geographies with the management of heritage sites, from the gaze, individual interpretation and memory, perception of the exotic and the mundane; to the mediating role of these spaces created on urban and human palimpsest, the continuing transformation of a landscape both popular and civic.

El entorno urbano en la formación del conocimiento geográfico popular

Traducción: Laura Moreno Soto



Roma. Foto: Ivan Pivotti

Apéndice

Desde que se escribió este capítulo hace diez años, la geografía cultural y otras disciplinas relacionadas, tanto en el ámbito de las ciencias sociales como en el de las humanidades han experimentado un profundo e interesante desarrollo. El objetivo de este apéndice es relacionar brevemente este capítulo con tal actividad. Se puede conectar la fase activa de la gestión cultural a través de la base ya constituida con el tema del presente capítulo. Mientras que este último trata sobre los espacios públicos e internos y su interconexión con las prácticas más propias de cada país, encontramos en el nuevo trabajo significativas conexiones e interrelaciones con los lugares y espacios de importante patrimonio cultural declarado y que podemos observar en las siguientes notas.

La práctica del espacio

John Urry sostenía que los lugares de interés turístico y cultural adquieren sentido fundamentalmente a través de la *mirada* (2002). Las señales visuales que *proporcionan* estos lugares canalizan las formas en las que estos adquieren valor. Los individuos perciben estas señales de forma semiótica, aunque asignándole un significado propio. Si bien la contemplación se considera como un elemento relevante en sí mismo, en estos momentos sí se reconoce como un ensamblaje de un proceso más amplio, profundo y coherente.

No se trata de una mera *mirada*. Los visitantes, los turistas, en definitiva los individuos, *descubren* los lugares, el patrimonio cultural a través de varios sentidos: el tacto, el oído, el gusto e incluso el olfato (URRY, 1999; CROUCH, 1999; EDENSOR, 1997; CROUCH, 2001; CROUCH; DESFORMES, 2003; CROUCH, 1999). En esta combinación de sensibilidad y percepción también está presente la participación humana y la interacción de la experiencia, la subjetividad propia. La mayoría de individuos que visitan lugares de interés cultural lo suelen hacer con o en relación con otras personas: amigos, familia, compañeros, amigos que no están cerca o gente que no conocen. Además, estas visitas y descubrimientos están cargados de componentes emotivos: interés, cansancio, etc., por lo que el espacio también adquiere significado en un sentido expresivo. Los individuos no sólo se *paran* a mirar, sino que lo hacen con atención, realizando movimientos corporales de diferente intensidad y además, pueden (podemos) hacerlo de forma poética, imaginativa, creativa.

El patrimonio es contemporáneo

El patrimonio cultural y otros lugares de interés pueden percibirse en relación con una complejidad, una multiplicidad de recuerdos: recuerdos de otros lugares visitados, momentos compartidos con otras personas. Estos recuerdos no son imperecederos, sino que cambian constantemente de intensidad, de contexto y en la memoria se hacen más fuertes y se refiguran continuamente a través de procesos dinámicos presentes en las vidas de cada individuo, según lo que hacen o cómo los conectan. Los recuerdos confluyen de nuevo y, en ocasiones, los que se tienen de sitios específicos se estructuran y surgen al contemplar otros lugares (CROUCH; PARKER, 2003; CROUCH, 2003).

Interpretación individual

Las diferentes maneras en las que el individuo actúa o puede actuar colorean los espacios que visitamos, los lugares de interés o el patrimonio cultural. La idea de la actuación amplía la explicación de la experiencia/encuentro con los espacios públicos y el patrimonio cultural. Nuestro interés aquí se sitúa en las formas en las que los individuos, solos o acompañados, negocian el significado y el valor, la significación de los sitios que visitan en relación con sus vidas. Ya sea en simples encuentros y prácticas o en visitas a lugares considerados de *interés cultural*, estos encuentros no suceden de forma aislada. Diversas acciones, prácticas, lugares y espacios, relaciones e identidades *intervenien* en la vida. Los componentes incluyen un deseo por sostener la identidad propia, la emoción, la personalidad, las relaciones y la necesidad de aventura, de cambiar, de abrirse a lo nuevo. Estas iteraciones o tensiones son actos *performativos*. En la realización de estos actos, al igual que en las artes, nunca se actúa de la misma forma, la tradición puede mantenerse o recomponerse en el encuentro. Por lo tanto, visitar lugares patrimonio de la humanidad y espacios públicos puede cambiar esos elementos y sentimientos y, por lo tanto, sus significados (EDENSOR, 2001; CROUCH, 2003).

A través de estos diferentes elementos se hace evidente que la experiencia (y la práctica) de lo *exótico* y lo *común*, lo mundano pueden unirse dando así sentido a las experiencias en sí mismas y de cómo y por qué las cosas y objetos son significativos en las vidas individuales. Estos conceptos de práctica, actuación, interacción de la memoria y los procesos de constitución de patrimonio, a través de los cuales los sitios de interés histórico-



Roma. Foto: Ivan Pivotti

artísticos se evalúan, cobran sentido y se enlazan con el patrimonio cultural, como experiencia y lugar, en relación con y a través de la vida contemporánea (CROUCH; PARKER, 2003; CROUCH, 2005a).

El papel de la mediación cultural

Los lugares de interés histórico-artísticos no adquieren por sí solos su valor, ni de forma aislada a través de influencias previas de los medios de comunicación. Los medios son importantes, sin embargo, la semiótica transmitida por ellos ejerce su papel y se filtra a través de lo que los individuos hacen, practican, de cómo actúan y de cómo todo ello conecta con otras experiencias. El papel de los medios o la cultura influida por los medios de comunicación, a través de los cuales los sitios adquieren valor, son significativos en esos procesos. Aunque cada vez se reconoce más la idea de que no es directo, en cierto sentido es una determinación lineal, pero los individuos pueden hacer uso de ciertos recursos de los que disponen para percibir así los lugares de diferentes y diversas maneras en los encuentros y recuerdos propios que guardan de ellos (CROUCH et ál., 2005; CROUCH, 2005).

El cambio de los paisajes

Los paisajes resultan de y a través de esos complejos *flujos* del proceso. Los paisajes familiarmente asociados con los marcos culturales disponibles (medios de comunicación, folletos y guías, publicidad, etc.) ya se encuentran delimitados, poseen un referente y un significado ya establecido, es decir, son contingentes, un conjunto de recursos disponibles que los individuos utilizan y dan sentido en su práctica (CROUCH; MALM, 2003; CROUCH, 2006, 2007).

La calle en la generación de conocimiento geográfico popular

Traducción: Gary Scowcroft y M^a Isabel Fernández Medina

Introducción

La calle es el lugar cotidiano del conocimiento geográfico y de la práctica del ocio. En las publicaciones recientes sobre geografía, se da la impresión de que la calle es espectáculo, exhibición y personificación de la mirada, el 'flâneur' (paseante en francés). El centro comercial ha llegado a ser visto como arquetipo de la calle del cambio de siglo (SHIELDS, 1992; JACKSON Y THRIFT, 1993). Son aspectos importantes de lo que sabemos de la calle, pero quizás se exageran los rasgos particulares de sus imágenes en cuanto se refiere a dar sentido a la práctica cultural contemporánea. En este capítulo se discute que las calles sean en sí mismas lugares de prácticas culturales y parte de nuestro conocimiento de la ciudad porque ponen en contacto lugares de actividad, de práctica cultural, hacen posible escapar y son un paso a otra parte y a otra persona. Conectan toda clase de espacios de la vida cultural cotidiana, de la más espectacular a la más humilde. La gente se encuentra en la calle, y también pueden evitar participar de la calle.

Las prácticas culturales se volcaron a la calle desde diversos rincones de la vida de todos los días; numerosos lugares de prácticas culturales son visibles desde la calle y son parte de la imagen de la calle. Los límites de la calle, del mismo modo, se funden en los espacios alrededor de ellos. Cada una de estas prácticas y lugares contribuyen a las imágenes de la calle. Estas imágenes que emergen encajan en la práctica cultural, y están compuestas por sueños, fantasías, imaginaciones, partida y anhelo, incluidos éstos, a su vez, en las prácticas culturales. Las representaciones de un conocimiento geográfico diario incluyen mapas que representan, y ellos mismos hacen, imágenes del espacio local, en el que las calles proporcionan una fuerza imaginativa (CROUCH Y MATLESS, 1996).

En este capítulo exploramos prácticas distintivas para articular diferentes formas de práctica contemporánea que hacen que las calles sean importantes en la vida cotidiana. Particularmente, estudiamos las formas en las que las calles necesitan una reevaluación: una reevaluación de su posición en la cultura popular contemporánea;

en el debate producción-consumición; en términos de producción y transferencia de representaciones en un mundo especialmente mercantilizado, y por supuesto no lo abarca todo. Una preocupación especial en este capítulo es considerar cómo la gente, en general, da sentido a sus vidas a través de la calle. Así, examinamos las prácticas y los significados en el mundo empírico, vida cotidiana al nivel de la calle. Observamos los conocimientos geográficos de cada día, del pueblo o populares. Es necesario abrir los temas políticos que rodean la calle, no simplemente como lugar de masa, manifestación, de carnaval, o del individuo solitario, todo lo que incluye el uso de la calle en la expresión de un interés, reclamando algo de la vida, espacio, y cuestiones, valores. Descubrimos que la calle en la vida cotidiana es un lugar de demandas, de expresión compartida, y también, de valores y prácticas alternativas más sutiles. Nuestras prácticas están sucediendo en y a lo largo de las calles, en mi barrio y en el tuyo cada día y en formas a menudo inadvertidas en lo escrito sobre la calle.

Los lugares donde suceden estas prácticas son partes de las calles, ellas mismas son partes de la ciudad, un foco de atención en el análisis reciente de Sharon Zukin (ZUKIN, 1995). Estas prácticas y estas partes desarrollan una interpretación de las imágenes de la calle que desestabiliza la mirada y su imaginación. Consideramos que son discursos paralelos y nos esforzamos en incluir más el conocimiento geográfico en la práctica cultural. Estos discursos intentan situar la calle en la práctica; para relacionar la mirada con otras dimensiones del ser, con una mirada al cuerpo, tan arriesgada, quizás herética, enfrentando Foucault con Merleau-Ponty (FOUCAULT, 1981; MERLEAU-PONTY, 1962; CROSSLEY, 1996). Vemos por un lado la relación del consumidor-productor para descubrir a la gente en la calle; nos referimos a la fabricación del conocimiento geográfico entre las señales que la gente se hace, en su propia práctica diaria, donde caben las señales de la mercantilización. Hay una profunda cuestión de poder, capacitación y protesta alrededor de estas imágenes.

El esfuerzo es determinante en cada una de estas maneras de ocuparse del mundo empírico, caminando entre conversaciones y parándose en los lugares donde vive la gente. Volviendo y sintonizando con el mundo empírico, hacemos un esfuerzo persistente en comprobar dónde la práctica cultural diaria puede impulsar nuestro trabajo teórico. En cada una de estas conversaciones, trazamos un conocimiento geográfico contingente y fragmentado, pero identificado en las propias vidas cotidianas de la



Relax. Madrid. Foto: Camilo Rueda López (www.kozumel.info)



Las calles de Madrid. Foto: Charles Roffey

gente, así como fusionado con significados de primera importancia, pero quizás semi-separado a partir de las vidas de la gente en la calle. Así, damos un paso en las iconografías familiares de la calle-como-consumo, la calle-como-mirada, vigilada y vigilando; la calle-como-exhibición, la calle-como-separación, para desenterrar una iconografía fragmentada pero participativa. De muy diversas maneras descubrimos que la calle lleva imágenes abstractas.

En este capítulo se tratan estos temas a través de cinco secciones principales: 'Prácticas y representaciones,' que introduce la posibilidad de que la gente misma represente sus calles y cómo llegan a conocerlas; 'Prácticas de la calle: rituales de la calle', que sitúa al ocio como informador útil del conocimiento geográfico y, por tanto, de las imágenes de la calle mediante rituales y relaciones hechas a través de la práctica del ocio; 'Personificando la calle', se busca abrir la intimidad del movimiento y la sensualidad múltiple del cuerpo en el espacio de la calle; 'Desmercantilizando la calle', que encuentra otros medios de conocer; e 'Imágenes separadas parcialmente de la calle,' la articulación inestable que ocurre en el funcionamiento de las imágenes. Las conclusiones finales incluyen consideraciones sobre la capacitación en las imágenes de la calle.

Prácticas y representaciones

La calle es una serie, una serie de pedacitos fragmentados y desiguales. Cada uno es parte de otra cosa, de otra persona, de otro lugar. Hay casas, sitios vacíos y aparcamientos; los límites de la ciudad, escuelas, tiendas, centros comerciales, lugares de trabajo. Hay parques, esquinas, hogares, zonas de recreo, terrenos, pubs, huertos, campos de fútbol y salas de reuniones. Durante muchos meses al año, las calles se convierten en lugares de juego o de reunión al aire libre. Las calles se utilizan de numerosas y diversas maneras, y podemos adelantar numerosos y diversos significados para ocuparnos de ellas. Las calles se pueden mercantilizar en partes, pero solamente en partes; en realidad, la mayoría de las calles no se encuentran mercantilizadas explícitamente, ni contienen una mercantilización obvia o deseada. ¿Cómo cambia la mercantilización de la calle lo que hacemos allí, y qué significa para nosotros? Los lugares ya enumerados -el bar, club, campo de tenis- apuntan la idea de ocio. En este capítulo interpretamos la práctica del ocio como un modo de desempaquetar los signos de la calle. De hecho, si las compras son una actividad de

ocio, entonces debemos preguntarnos qué sucede cuando vamos de tiendas; es mucho más que sólo un acto de consumismo (SHIELDS, 1992).

Una nueva percepción de las posibilidades de la calle en el conocimiento geográfico popular se puede obtener al considerar la manera en que la gente ha intentado articular lo que valoran en su "tierra", por lo menos, en el espacio físico inmediato donde viven. Relacionado con la idea de Bourdieu de los hábitos desiguales y cambiantes que dan estructura, la gente ha representado su conocimiento vago, inestable y contestatario, de lugares familiares en los mapas parroquiales; estimulado por ideas de la geografía popular del grupo de campaña ambiental 'Common Ground' (CROUCH Y MATLESS, 1996). Las calles emergen como características muy visibles de estos mapas, lo que sugiere que la calle puede ser un organizador familiar del conocimiento local (BOURDIEU, 1984; 1996). En estos "mapas" hay gente que vive en un pueblo, en una finca o en un rincón de la ciudad. Estos mapas están llenos de anécdotas, memorias, esperanzas, evasiones e ironías, todo representado como escritura o bosquejos inscritos transversalmente o alrededor de la habitual forma principal de las calles del lugar.

En torno y a través de estas calles la gente representa toda clase de acontecimientos, memorias y sensaciones, anuncios de tiendas, precios de la vivienda, lugares y gente, y prácticas, inscritas en la superficie del mapa en un esfuerzo de representar lo que significa su lugar para ellos, y muchas de éstas son prácticas de ocio de las incluidas en este capítulo. A menudo desconcertante, quizás incluso localmente nacionalista y exclusivo, a veces fecundo, en estas representaciones de la calle descubrimos un caos de marcas, de estrías y de inscripciones de la memoria, acciones, lugares, emociones y amor, miedo, cuidado, incomodidad, oposición, festejado y preocupado sobre la superficie del mapa (CROUCH Y MATLESS, 1996). Esto incluye con frecuencia prácticas de ocio, y los sitios en particular en donde tienen lugar se presentan incorporados a este conocimiento de la práctica. La vida de la conciencia -vida cognitiva, la vida del deseo o la vida perceptiva- está sustentada por la intelectual (MERLEAU-PONTY, 1962: 136).

Éstos son, por tanto, documentos que la gente produce a través de la experiencia compartida de la vida cotidiana. Son mapas de la cultura popular; y representan prácticas culturales. Estos mapas amateur del conocimiento popular experto sugieren cómo las calles pueden ser significativas en la experiencia vivida "ordinaria". Las calles



Entre rejas. Vietnam. Foto: Melo Sánchez



Mobiliario urbano. París. Foto: Laura Arana

provocan memorias; son lugares donde los acontecimientos suceden, atraviesan, salen, se extienden. En sólo uno de los 2.000 mapas hechos así, uno de ellos hecho con las notas entregadas en un día de feria local en un suburbio de Bristol, hay estas inscripciones: “comida para cuando el frigorífico está vacío” (una tienda china); “piérdase en los montes” (un huerto); “resbala con la caca del perrito” (Redland Green). En otros mapas, las pinturas de clubs, los campos de deporte, las vistas desde las ventanas del dormitorio, los patios, las escuelas y las tiendas, los servicios locales y las condiciones ambientales se entretajan con observaciones, objeciones (por ejemplo al trabajo con grava, o al ruido de la carretera), y los lugares donde suceden cosas “raras”. Éstas son notas de una calle que tratan de los acontecimientos diarios e interacciones y del mito local que constituyen un caleidoscopio de acontecimientos y de gente. Estas notas pueden ser extremadamente localistas, pero se combinan a menudo con referencias más amplias, a lugares al otro extremo de la calle fuera del mapa, a gente que ha llamado. Estos acontecimientos locales se recogen como representaciones en el mismo mapa. Éste, a su vez, incita a la memoria, al entusiasmo y a la preocupación, cuando llegan a una nueva vida como representaciones. Éste es un conocimiento contextualizado y que contextualiza, gente que se manifiesta en sus calles y en sus vidas. Estas representaciones de lo que lo local significa tienen lugar, en parte, como prácticas de ocio.

El ocio es considerado aquí como práctica cultural; un acto de participación, de capacitación, de placer y de identidad; competencia y transgresión; consumición. Las prácticas contemporáneas de ocio pueden ser significativas al estar separadas de otros componentes de la vida, sucediendo en el espacio ‘hyperreal’ (ROJEK, 1994). Sin embargo, el ocio sucede a menudo en lugares particulares, y la calle es sólo uno de ellos. Consideramos las for-

mas en las que las prácticas de ocio pueden captar la calle y proporcionar significados para la calle, e igualmente, la calle puede aportarlos a las prácticas de ocio. Las prácticas, la interacción social humana y partes de las calles en sí mismas contribuyen a este conocimiento geográfico en una mezcla compleja de metáfora y materialidad, en modos que exploraremos en este capítulo.

Las partes de la calle se encuentran a lo largo del espacio de la calle misma, apiñadas alrededor de ella; apenas ocultas de su vista, siendo claramente el escenario más amplio de la propia calle. De esta manera, vemos la calle menos como una forma de presentación centrada y, sin embargo, descubrimos su proyección, su carencia de fronteras y de límites, y su fluidez. Nuestros conocimientos diversos pueden interpretar la misma calle que termina en diversos lugares, sobresaliendo por diversas memorias o recortada, dejando ver todo; en nuestras propias vidas, las calles pueden tener diversos límites en diversas horas. Así, los lugares en torno a la calle y las prácticas que suceden en estos lugares pueden ser más o menos evidentes a través de los signos que nos rodean. Para entender las imágenes de la calle, es necesario atender a sus márgenes, a lo que sucede en las esquinas, a lo que está aparentemente fuera, y donde se conecta, se dirige, se anticipa.

Los ejemplos sobre lugares y prácticas empleadas para explorar esos espacios de maneras distintas incluyen los siguientes: las multitudes del fútbol yendo y viniendo a un partido a lo largo de calle; jóvenes que salen a la calle para encontrarse; gente en el parque; gente trabajando en sus huertos; y gente joven utilizando zonas “desocupadas”. Los parques se ven desde la calle; la gente se acerca a ellos desde la calle, y proporcionan vida a la calle (WILLATS, 1982; CROUCH, 1989, 1994; WILLIS, 1990; NIELSEN, 1995). Lo que sucede en el parque puede cambiar el sentido de una calle para los que la uti-

lizan, o que caminan cerca de ella. Los huertos, aunque son lugares muy privados de práctica cultural, donde la gente represente sus vidas y “juegan” con el espacio, son a la vez generalmente muy visibles, y contribuyen a una dimensión crítica de la imagen que una calle adquiere. Un pedazo de tierra desocupada se puede utilizar de una manera que exija confidencialidad, pero el lugar y la manera en la que se utiliza, y simplemente su “disponibilidad”, puede alterar dramáticamente la imagen de la calle para aquellos para los que es importante en sus vidas. Exploramos cómo estos significados son contextualizados e interrumpidos por prácticas culturales, cómo sus signos emergen a través de un proceso activo de conocimiento geográfico.

Prácticas de la calle: rituales de la calle

Cuando las prácticas de ocio tienen lugar al lado de la calle, o en ella, o detrás de ella, o apenas delante de ella, la calle es una parte significativa de lo que está sucediendo; la calle informa, y su imagen está informada por estas prácticas. La cultura joven encuentra la calle valiosa para sus propias prácticas. Éstas incluyen exhibir, comparar e intercambiar representaciones visualmente y mediante conversaciones. Sin embargo, es también una cultura en la que las prácticas incluyen hablar, caminar, encontrarse, hacer amigos y pelear; intercambiar cintas piratas y escapar de casa, ir hacia alguna parte. Estas calles pueden ser céntricas, atravesar el parque, en callejones de la urbanización, o cruzando los caminos frondosos de los suburbios. La exploración de Paul Willis sobre la cultura joven siguió lo que la gente joven hacía y la calle era un foco y un transportador de sus actividades (WILLIS, 1990). En cada uno de estos casos, la calle no es sólo un lugar material real, sino que se incluye en todas las clases de significados y metáforas; de evasión, de descubrimiento, de casa. La calle ofrece una oportunidad, un lugar para ser (así como ser visto). La calle se convierte en un lugar para compartir; de conflicto y confrontación entre diversos miembros; de propiedad, especialmente después del anochecer o fuera de las horas en las que grupos de personas de otras edades pueden estar allí.

En un segundo ejemplo, nuestra mirada se centra en aquellos espectadores del ocio que acuden a un acto deportivo en el que la gente está en movimiento. Caminando a un partido de fútbol o en las calles con otros jóvenes que siguen el “largo poema” de Certau sobre caminar que “manipula las organizaciones espa-

ciales, no importa cómo panóptico puedan ser: ni es ajeno a ellas (puede ocurrir solamente dentro de ellas) ni es conforme a ellas (no recibe su identidad de ellas)” (DE CERTAU, 1984: 101). Se reconstruye la imagen de la calle con esta práctica. Caminar así hace que la calle no sea más un espacio difuso y sin cabida para la competición... sino un espacio de acción unida o solidaridad” (NIELSEN, 1995: 32-3). Por su presencia, como grupos o incluso como personas relativamente poco relacionadas con una meta compartida y, probablemente, una preocupación, una celebración y un acontecimiento compartido, transforman la imagen que la calle tiene para ellos. En ambos ejemplos la gente se encuentra a sí misma con un grado de práctica compartida; la gente se reúne y se mueve a otros lugares.

Los parques son espacios que hacen los límites de la calle ambiguos, que extienden el espacio que la calle significa. Se sitúan junto a muchas calles, y lo que sucede allí informa a la imagen de la calle; pero también, la gente que se acerca al parque ve la calle, la ocupa con la misma anticipación o cautela como la comparte la multitud en el fútbol. Entrando y saliendo del parque a través de la calle, la calle se convierte en un espacio imaginario de anticipación y de memoria; compartida a menudo con gente con las que has disfrutado del parque, compartiendo momentos de reflexión y de emociones varias.

Los parques son lugares en los que la gente hace muchas cosas diversas; donde los espacios se pueden marcar (imaginadamente) para diversos acontecimientos, compromisos y memorias. Muchas actividades en el parque son auto-generadas, inconscientes del significado comercial y desconocidas por la administración. En esta gente se descubre a menudo un espacio mágico de posibilidades (CROUCH, 1994; CÓMICO, 1995).

En estas prácticas mundanas diarias, descubrimos algo que las distingue. Hay elementos de práctica de intercambio y de práctica cooperativa, donde a veces, de forma desigual, hay valores y actitudes compartidos; las prácticas implican amistades, así como enajenaciones, pero para muchos, éstas no son experiencias del individualismo aislado, más resistentes sólo por el mercado. Muchas de estas prácticas son apenas reconocibles en términos de ocio descentrado y estriado, y de lugares “hypereal”, donde las imágenes están “constituidas por las referencias que se extienden a lo largo de amplias extensiones del espacio geográfico” (ROJEK, 1995: 147). En este escenario familiar, el espacio, la calle, son “descontextualizados”. Éste es el desplazamiento del

espacio global y verdadero, del espacio ficticio y de la fantasía-“ciberespacio”. El mundo de la información “aumenta la interdependencia y multiplica la codificación y descodificación”; se nos “ofrece” sólo compras figurativas como signos (ROJEK, 1995: 147). El centro comercial, Las Vegas, suministra los referentes y referencias familiares junto a las ciudades mercantilizadas de Zukin, las calles aburguesadas del centro de la ciudad (ZUKIN, 1995).

Sin embargo, más que esas afirmaciones, nuestros ejemplos sugieren maneras en las que las imágenes de la calle se sitúan en las prácticas de ocio que son muy diferentes. Es interesante considerar las recientes contra-interpretaciones para explicar los espacios de ocio, de cómo los espacios se utilizan para interpretar las prácticas de ocio. Moorhouse observó, en su fascinante estudio de ‘hot-rodding’ en los E.E.U.U., que el ocio puede destacar haciendo comunidad, amigos, y transmitiendo el entusiasmo de unos a otros (MOORHOUSE, 1992). En vez del distanciamiento y de la des-diferenciación, en vez del ocio des-anclado y desarraigado, descubrimos algo más. Por otra parte, la gente joven y los aficionados al fútbol están utilizando la calle no como individuos, sino que están utilizándola juntos. Esto no sucede solamente en los ‘sociations’ aislados, transitorios y sin compromisos (SHIELDS, 1992), aunque las interacciones puedan ser temporales, intermitentes; los límites de la práctica y del conocimiento pueden ser difusos.

Las prácticas de ocio en la calle y alrededor de ésta se asemejan al trabajo de Gorz sobre las dimensiones de la participación comunal, de “la comunicación, donación, creación y disfrute estético, la producción y reproducción de la vida, la ternura, la realización de las capacidades físicas, sensuales e intelectuales, la creación de los valores no-mercantizados” (GORZ, 1985). Puede que la juventud luchando en la calle no alcance los valores más pacíficos de Gorz, pero muchos de ellos pueden aplicarse. En este sentido, existe la afirmación de valores no-mercantizados en estas prácticas de la calle, este “poema largo”. Lo que ha sido interpretado no son sólo los signos del centro comercial, sino lo que la gente está haciendo, juntos y relacionados unos con otros. Hay una dimensión social considerable en muchas de estas prácticas de ocio que llegan a ser importantes en la creación de las imágenes de la calle. Nuestra atención enfocada en la mirada del flâneur comienza a necesitar una nueva reevaluación, pero no hace desaparecer, como sugeriremos más adelante, la posición de estos signos mercantizados en la calle.



Jugando al dominó en el parque. Foto: Sergi Gisbert



Playing in the park. Foto: zippy_monster. Fuente: Flickr



Millenium Park. Chicago. Foto: Manuel Garcia

Mientras nos movemos desde la identificación de las prácticas y de los sitios a lo largo de la calle hasta la articulación de su construcción como imágenes, observamos la importancia de la memoria. La memoria es importante en las prácticas, informada por el pasado e informando del futuro, incluso si el conocimiento geográfico se acumula de una manera poco conocida y bastante caótica.

Las memorias son parte de la cultura y dependen, de alguna manera, del entorno físico y de cómo la gente recuerda el curso de los acontecimientos que conducen al presente. Los objetos y el ambiente fabricado están

también allí como expresión tangible de las bases por las que una persona recuerda el aspecto material del entorno que justifica los recuerdos contruïdos (RADLEY, 1990: 49).

Las memorias son por supuesto contingentes, inestables, y revisadas constantemente en otras prácticas. Nos informan hoy de una manera diferente de la que pueden informar a una práctica mañana. Estas prácticas son los rituales que están inscritos en el conocimiento de la calle, como las partes de la calle donde suceden, adonde conducen, o llegan, están inscritas en los propios rituales.

Personificando la calle

En las amplias dimensiones de estas prácticas, descubrimos que la mirada, la representación visual, está acompañada por un complejo proceso de fabricación del conocimiento. Aquí prestamos atención al cuerpo en la fabricación del conocimiento geográfico e información de las imágenes de la calle. Hay dos maneras en las que podemos entender “personificando la calle” en nuestras imágenes. Las prácticas en sí mismas, en su propia materialidad y metáfora, se incorporan a lo que significa la calle para nosotros. Además, el cuerpo es importante en la manera en la que formamos las imágenes de la calle.

Los huertos en muchas ciudades del Reino Unido son partes significativas de la calle, entre las casas, cerca del parque. Para muchos son una parte de la calle observada, y para los que dejan la calle para entrar en un huerto, una imagen importante de anticipación y también de compromiso. Un huerto puede proporcionar un conocimiento geográfico distintivo que contenga complejos significados, muchos de los cuales son sociales, y una experiencia corporal del espacio, y de hacer objetos directamente; respecto a la tierra, a la naturaleza, al control y a la capacitación, así como significados sensoriales más directos, a menudo en busca de ideas sobre el uso del entorno.

“Trabajar al aire libre sienta mucho mejor para su cuerpo de alguna manera... es más vigoroso que las tareas domésticas cotidianas... hay mucha más variedad y estímulo. El aire siempre es diferente y despierta la piel... los olores inesperados traídos por las brisas... solo cuando en sus manos y rodillas se pueden sentir insectos y otras pequeñas maravillas” (CROUCH Y WARD, 1994: 157).

Mientras que para mucha gente que pasan por los huertos al lado de la carretera esta imagen es un anacronis-

mo, para otras se identifica con la imagen de un lugar de trabajo de los hombres, con un paisaje creativo y un compromiso directo con la tierra; ven actividad humana intensa, en la práctica o en las marcas que dejan inscritas en los bordes de la calle. Para el propietario la imagen se sitúa en la práctica; en una práctica que es muy corporal; de movimiento inmediato y cercano, sensual; íntimo en su escala.

Refiriéndonos de nuevo a la representación de Nielsen sobre la multitud de camino a un partido de fútbol, él conecta el conocimiento social contextualizado de la calle con el cuerpo: “Mientras caminan por la calle, los cuerpos mismos transforman el espacio corporal, lo que ya no es un lugar de competición difuso y sin espacio, con cuerpos uniformados dirigiéndose hacia algún punto de coincidencia, sino el espacio de acción unida o solidaridad” (NIELSEN, 1995: 32-3). Es la presencia y el movimiento de cuerpos que asisten al conocimiento de un propósito y de participación compartida; y de un significado que transforma la materialidad del espacio en sí mismo. Esto sitúa el conocimiento en acción compartida, y a través de la labor del propio órgano. En su presencia y en su movimiento, los cuerpos de uno mismo y de otros, identificados con propósitos, sensaciones y direcciones similares, se disuelven en una intención y una identidad que supera a cualquier otra imagen que la calle puede mantener; tiendas, casas, tráfico pueden llegar a ensordecirse culturalmente por el ritual de la ocupación.

Repetido regularmente de camino a casa (del equipo), y en espacios similares a lo largo del país en los encuentros fuera de casa, la calle se convierte en un lugar de ritual; con un sentido especial inscrito en las calles y edificios. Podemos aplicar una idea similar de solidaridad, encajada en la calle, entre otros aficionados (hinchas) en coche, agitando las bufandas del club por la ventana. En cada caso, la calle se convierte en identidad, una imagen de interés compartido; sus recuerdos del partido incluirán la imagen de la calle, donde la gente, sabiendo que tienen el mismo pulso, se mueve a un lugar compartido.

Hay similitudes en el proceso de conocimiento geográfico del huerto, con una identidad de la práctica compartida, y en este caso también de los objetos, que sitúan las imágenes de la calle. Los huertos se extienden visiblemente hacia las calles cercanas, en la entrada y salida. De forma similar, los niños utilizan los sitios libres para jugar, especialmente cuando su hogar tiene poco espacio físico o cultural para el juego, el descubrimiento, la identidad y la capacitación. Los niños entrevistados que viven al noro-



Huertos debajo del Umeda Sky Building de Osaka. Foto: Pau G. Solbes

te de Londres usan una parte de terreno “libre” a sólo unos pasos de sus hogares, un bloque de apartamentos típicamente decadente. El terreno libre se oculta justo detrás de la calle, se transforma, y el estar vacío puede significar para ellos que está disponible para un nuevo uso. “Nos sentamos juntos y hablamos de las mamás y los papás; de dónde ocultaste tu paquete de cigarrillos en casa... fuimos allí para estar lejos de todo y olvidarnos de todo... este lugar es realmente otro mundo. Nunca pensábamos en el otro (los pisos)” (WILLATTS, 1984).

Estos niños muestran la construcción de la imagen a través de una práctica compartida en la que ellos pueden intercambiar historias, y llevan con ellos toda clase de objetos de sus casas que hacen real la conexión y la separación; se reinventan de nuevo estos objetos, rehechos en nuevos lugares. Llevan los antiguos cochecitos de niño, un taburete, ropa, fragmentos de la identidad del “hogar”, que se pueden utilizar para imprimir identidad a un lugar que sienten como suyo; creado con sus propias memorias. Dejan estos objetos en el lugar, para volver más tarde, para construir y para informar de su práctica y significado. Su presencia y su actividad transforman el lugar; se mueven alrededor de éste, simple-

mente pasan tiempo allí; en la tierra donde saben que existe la sensualidad del juego de otra manera inasequible. En el camino, la calle se transforma como si llevara la esperanza, la huida y la identidad de otro lugar; la ocultación parcial del espacio de la calle aumenta su “propiedad” y su identidad. La calle llega a ser más ambigua, unida al viaje en ambas direcciones, hacia los pisos, y al espacio vacío; ambiguo en propiedad, control, identidad y transgresión.

Una de las complejidades de este conocimiento geográfico que informa a las imágenes de la calle que salen de estos ejemplos es la importancia del cuerpo observado y que observa, con el poder de la mirada, y la importancia del cuerpo como lugar de acción, viaje, capacitación. El cuerpo llega a ser importante en la lectura de la multidimensionalidad de los acontecimientos, sus intensidades, incertidumbres. El cuerpo lee el espacio y la acción de acontecimientos, dando sentido a dónde está, en un sentido que abarca lo cultural, las relaciones sociales y el espacio, movimiento y objetos; imaginación y metáfora. Para interpretar estas prácticas de esta manera hay que reconocer a Foucault y Merleau-Ponty (FOUCAULT, 1981; MERLEAU-PONTY, 1962; CROSSLEY, 1996).

Nuestros cuerpos nos proveen de un medio importante para acceder al mundo, no sólo su mirada: “mis alrededores... una colección de puntos posibles sobre los cuales esta acción corporal puede funcionar”(MERLEAU-PONTY, 1962: 100-3). Para él, las acciones corporales son mucho más que mirar, o aún más, colocarse para mirar fijamente. Esto nos hace desconfiar del privilegio de la mirada, haciendo suposiciones simples de cómo construir imágenes de la calle. No sólo hay “multi-sensualidad”, sino que una conciencia de la presencia de otras personas en nuestros ejemplos de la calle llega a ser crucial. No son importantes como elementos visuales, sino porque se sabe que existen, que actúan de maneras singulares, y en cierto modo, que resuenan con nosotros mismos; algunas prácticas, de hecho, podemos estar haciéndolas, explícitamente, juntos. Así, la información, las emociones, que interesan al cuerpo, encienden nuestra imaginación y se mueven más allá de lo material. Se extiende desde la profundidad del significado, de las sensaciones, de los valores y de la memoria a otras geografías materiales en otros lugares y en otros momentos. Aunque Merleau-Ponty no tiene en cuenta la mirada, está a favor de una menor “conciencia universal constituida” y de una mayor atención a las incertidumbres, pero manifiesta “la unión de esencia y existencia” que el cuerpo conoce.

Hay un fuerte sentido de la conciencia física; el cuerpo se mueve, lee mensajes en el movimiento, crea una nueva versión del material observado con forma más compleja; simplemente fuera de la vista, o por la complejidad de la superficie, de la vibración de la forma, de la silueta. Merleau-Ponty intenta recordarnos esta complejidad como “contenido aglomerado fortuitamente” (1962: 147). Merleau-Ponty vuelve a lo empírico considerando la variedad de experiencias, el elemento de “falta de sentido en sí mismo, la eventualidad de su contenido”. Los ejemplos de este capítulo sostienen que unimos lo material y lo metafórico; reflejado en la práctica y el significado; espacio y conocimiento; las prácticas culturales que consideramos en este capítulo informan a las imágenes de la calle.

La gente no se encuentra en movimiento estático en el anonimato de una pintura de Lowry. Son una serie de cuerpos en espacios, moviéndose, agentes activos en sus vidas y en las nuestras. En la calle de camino al partido, a lo largo de la calle en el parque, sabemos algo sobre la gente a nuestro alrededor, sus expectativas y lealtades compartidas. Sus cuerpos activos alegran el espacio alrededor de nosotros. La gente hace su vida en todo el parque, presentándose ante nosotros como imágenes ambiguas, de reflexión y juego, agentes en cada caso de sus



Tifosi. Foto: Cristian Ingrosso

vidas y de nuestras vidas. Los cuerpos mismos tratan de la complejidad de la existencia, para nosotros, para el movimiento, la forma física, la práctica, la memoria. Descubrimos todo esto en nuestra visión, imaginación, otros sentidos, y a través de nuestro propio movimiento corporal, rápido o imperceptible, y del conocimiento, imaginación y prejuicios; alrededor y a través del espacio mismo. Nuestro cuerpo informa de maneras diferentes, y lee lo que nos rodea a través de nuestras emociones del momento. Captamos a gente que no conocemos; llegan a ser parte de los objetos que ensamblamos en nuestra imagen de la calle, y nosotros en la de ellos.

Las imágenes se forman y se reforman de maneras complejas e inestables; las imágenes se convierten en fusiones incompletas de la imaginación y de la realidad; éstas incluyen una realidad y no están separadas de la realidad. Descubrimos, sin ironía, que experimentamos el mundo en una escala muy humana; la imagen de lo global baja -o sube- a esa dimensión. A pesar de la reciente fascinación por el postulado “espacio global” de las salas de los aeropuerto y sitios similares (AUGÉ, 1995), la mayoría de la gente pasa gran parte de su tiempo en “espacio real”, incluso si otras fuentes de codificación y de significado lo forman, lo rehacen, lo discuten, y quizás lo confunden en nuestro conocimiento.

Muchas de estas prácticas se diferencian menos por el individuo solitario, flâneur, que por la práctica social (SHIELDS, 1991: 53). En nuestros ejemplos, el individuo crea conocimiento a través de “fragmentos... para actualizarlos... condena a ciertos sitios a la inercia o al decaimiento, y para otros crea ‘raras’ o ilegales ‘formas’ especiales... el caminante, en lo referente a su posición, crea un cerca y lejos, un aquí y allí... indicativo de una apropiación real del espacio por un ‘yo’... estableciendo así una articulación conjuntiva y disyuntiva de los lugares” (DE CERTAU, 1984: 130-3). Sin embargo, esto no se opone a la forma colectiva que habita muchas prácticas contemporáneas, como hemos observado en esta sección. No es sólo “yo”, sino nosotros. Estar con otros, y estar en presencia de otros con intenciones, valores, y entusiasmos compartidos, es mucho más que el individuo consumidor aislado. Este conocimiento vuelve a modificar nuestras imágenes de la calle.

Desmercantilizando la calle

Nuestro conocimiento del “espacio real”, que incluye la metáfora aplicada sobre éste, incluye las imágenes de mercantilización. Sin embargo, en nuestros ejemplos, hay un juego diferente pero interesante entre la mercan-



Tifosi. Foto: Cristian Ingrassio



Danza en el entorno de Plaza de Armas, en la programación de "Huellas, Danza en Paisajes Insólitos". Foto: Luis Castilla

tilización y otras relaciones humanas de las que domina el pensamiento geográfico (JACKSON Y THRIFT, 1995). En el "juego" de signos del flâneur a lo largo de la calle hay un vacío de contextos alternativos de este carácter alegre. Nuestros ejemplos comienzan a ofrecer algunos de ellos. El argumento de Warren tiene razón en que hay demasiado trabajo ya realizado in situ y representación que no tuvieron en cuenta la mercantilización (WARREN, 1992), pero quizás el trabajo más reciente ha llegado demasiado lejos en el sentido contrario. O más bien, necesitamos atender a cómo esas imágenes mercantilizadas se gestionan en nuestra amplia experiencia. La cuestión más importante respecto al mercantilismo es cómo es utilizado en la manera de construir imágenes de la calle por "agentes humanos" (GIDDENS, 1984).

Centrándose en la clase obrera joven de los últimos años ochenta en Reino Unido, la época del centro comercial y su mercantilización de espacios, Willis encontró que las imágenes de consumo, en términos de paisajes mercantilizados, eran importantes, incluso significativas, para informar sobre la práctica. De hecho, las imágenes de la mercantilización se utilizan en la reafirmación de la credibilidad de la calle. La calle vivida se encuentra en estos signos; en los edificios, en las tiendas, entre los materiales con los que la gente joven juega a dar sentido a sus

vidas. La televisión y la música comercial eran cruciales para proporcionar pautas a la actividad cultural entre los jóvenes, utilizados para accionar su propia práctica. Las imágenes de consumo fueron utilizadas como un disparador para dar sentido a lo que estaba sucediendo en su propio mundo: "pueden ser utilizadas como material simbólico para dar sentido a la experiencia incoherente pero emocionante, la cual en el calor del conflicto parece estar sin sus valiosos signos y símbolos propios" (WILLIS, 1990; CROUCH Y TOMLINSON, 1994).

Estas imágenes se comunican con gran apoyo mutuo, con confrontación, manteniendo cada parte sus condiciones. Para la juventud de la clase obrera en Reino Unido, la calle es también lugar de supervivencia o de lucha. Se puede hacer que la calle lleve sus propias imágenes a la gente joven, y Willis da el ejemplo de la música: "Se usa la música para crear y para marcar espacio físico y cultural como el espacio de la gente joven, sea en el dormitorio, en la zona comercial, en la calle, en el parque o la sala de conciertos" (WILLIS, 1990: 71). Esto proporciona un ejemplo de lo que Willis llama la estética de base, donde los símbolos y las prácticas están mezclados y seleccionados de nuevo, "recompuestos para resonar apropiación adicional y significados particulares". La imagen de consumo se puede utilizar como



Danza en el patio del Rectorado, en la programación de "Huellas, Danza en Paisajes Insólitos". Foto: Luis Castilla

impulsor para dar sentido a lo que está sucediendo en su propio mundo: "pueden ser utilizadas como material simbólico para dar sentido a esa experiencia incoherente pero emocionante que en el calor del conflicto parece estar sin sus valiosos signos y símbolos propios". Las imágenes de sus calles son mucho más complejas que las imágenes de los paisajes mercantilizados, debido a las relaciones, las huidas y la fantasía, también relacionados con otros lugares.

Los cambios recientes en los parques de la ciudad han transformado sus imágenes (ZUKIN, 1995). Su aburguesamiento, vinculado con el turismo y con la inversión empresarial, ha hecho que algunos se conviertan en objetos de consumo muy evidentes, al ser visitados para experimentar un significado ya dado. Sin embargo, muchos parques no se han incluido en este programa de cambio.

Los parques, como terrenos desocupados usados por los niños, pueden ser lugares de la imaginación y de la auto-comprensión del juego en sus propios términos y, con frecuencia, en la práctica compartida. La gente que usa los parques construye sus propias estéticas de base en numerosos y diferentes conocimientos y prácticas, relaciones, memorias y valores como los apuntados por

Gorz. La mercantilización del parque aporta material adicional, así como, a veces, hace el disfrute diario de un parque mayor, cambiando el miedo por seguridad (CROUCH, 1994; COMEDIA, 1995; ZUKIN, 1995: 285).

Por supuesto, ahora no podemos imaginar la calle sin imágenes de la cultura comercial, pero éstas se interrelacionan, se disputan, reafirman o interrumpen nuestros propios conocimientos, haciendo la eventualidad más frágil. Sin embargo, dar privilegio a la televisión, a películas u otras fuentes exteriores de imágenes, es tan incompleto como pensar en ellos como una manera de reemplazar al conocimiento que incluye la práctica cultural vivida. Podemos ver *EastEnders* o *Coronation Street* (dos telenovelas inglesas) en un bar; pero el acto de verlas reverbera con nuestra propia llegada y salida del bar, hoy, ayer, y en el futuro.

Mientras que la calle se ha convertido en un icono de la mirada posmoderna de finales del siglo XX y del flâneur, volvemos a descubrir que es igualmente probable que la calle sea el lugar de numerosas interacciones y acontecimientos que conectan corporalmente, socialmente, como ritual y fuera del contexto de la mercantilización. La calle sigue siendo un lugar que se ha incorporado, con las vidas y las relaciones inscritas a través y a lo largo de su super-



El que no puede vivir en
sociedad o no necesita
nada por su propia
suficiencia, no es
miembro de la ciudad,
sino una bestia o un dios

Aristóteles

1. Niños jugando en Fuente de Jaime Plensa, Millennium Park (Chicago)
 2. Turistas descansando en el Museo MOMA (New York)
 3. Central Park (New York)
 4. Jugando en el parque. Alamillo. Sevilla
 5. Terraza en río Amstel (Ámsterdam)
 6. Encierro en Cumbres Mayores (Huelva)
 7. Instalación exterior. Museo de Arte Contemporáneo (Chicago)
- Fotos: Manolo García



ficie, como observamos en los ejemplos de los mapas parroquiales. Una vez que conectamos con el mundo empírico es difícil apoyar las demandas de la calle como espacio sólo inscrito, o establecido, por nadie más que nosotros mismos, no somos sólo flâneurs. Liberados de una mirada controladora, en la última sección de este capítulo, consideramos estos cuatro temas como una nueva manera de concebir la calle en el mundo contemporáneo, conocimiento geográfico popular.

Imágenes separadas parcialmente de la calle

En lugar de sustituir realidad por signo, o significado contextualizado por comercio, o viceversa, el desafío para la geografía es entender cómo todos éstos se interrelacionan. La gente hacía representaciones de sus calles en los mapas parroquiales; ellos representaron las prácticas, memorias y valores, y conectaron con imágenes de un mundo más amplio, no simplemente limitadas. Aunque sus calles figuran en su intimidad, conectan con mensajes del consumidor y una iconografía casi universal del mercado inmobiliario, de lugares para irse lejos de las calles cercanas. Sus calles incluyen metáforas de esta amplia realidad, a veces global. Pero no están dominadas por ella.

La iconografía de la calle está montada con total seguridad desde la cultura popular. Como sostiene Fiske, esa cultura popular está siempre en proceso, y es algo que la gente misma hace, crea, construye (FISKE, 1989), y que hemos observado, la calle es profundamente un lugar de cultura popular. Así, la cultura popular es un proceso, sin “cultura popular dominante” (ibid), pero en la que la gente hace uso de materiales mercantilizados y de otros materiales y metáfora, significados, como hemos observado en el proceso a través del conocimiento geográfico en el ocio. Los actos y prácticas de esa cultura popular de cada día, como la hacemos nosotros mismos, trabajan irregularmente y desigualmente con los signos que podemos aprovechar, y desde esta interrelación hacemos nuestros propios significados de nuestras propias imágenes de la calle. Sin embargo, por supuesto, esto no evita la confrontación, la apropiación y las posibilidades para la capacitación que son de la calle, y están informadas por las imágenes de la calle.

Las imágenes mercantilizadas, las imágenes globales, están semi-separadas, o semi-unidas, en nuestro conocimiento geográfico. De alguna manera, las imágenes de la

calle que emergen de las representaciones mercantilizadas a lo largo de la calle, o vistas en la etiqueta de una bolsa del centro comercial que lleva otra persona, se interrelacionan con lo que estamos haciendo socialmente, corporalmente, creando ese proceso de cultura popular en el conocimiento geográfico. Para muchos de nosotros, como para la gente joven que Willis ha entrevistado, esos signos mercantilizados a los que miramos, a veces simplemente de reojo, los utilizamos como uno de los numerosos recursos para dar sentido de dónde -y de quién- somos, y del lugar y la calle en los que nos movemos.

Podemos rebatir el aparente localismo de estos ejemplos, pero la cuestión crucial no es que los signos se hicieran en otra parte o sólo, como hecho aislado, “en casa”. El estadio de fútbol a la vista, las calles por las que caminamos pueden ser simplemente canales para llegar a otra parte, pero nuestra presencia lo hace más que esto; la calle no se limita a su físico inmediato, sino que llega hasta la Liga, a la Copa de Europea, y más allá. Hay otra manera en la que esta reciprocidad de imágenes trabaja. Las imágenes/significados de la mercantilización están semi-separadas de las maneras en las que inscribimos nuestras vidas en la calle, y de cómo insertamos la calle en nuestras vidas. Las imágenes a las que miramos como flâneur están semi-separadas en relación con las imágenes que hacemos a través de las mismas prácticas, de nosotros mismos, de nuestros amigos, nuestros cuerpos y acciones. Estas imágenes recolectadas y fragmentadas están momentáneamente semi-separadas desde/hacia los conocimientos, experiencias e imaginaciones que ocurren en otra parte, en otros lugares, en otras facetas de nuestras vidas. Mirando por encima de la cerca del huerto se forma la mirada del flâneur, pero mirando, podemos observar, juzgar, rechazar, conectar, reflexionar sobre cuestiones mucho más amplias, y también sobre la intimidad de la actividad humana. La juventud en un espacio vacío o en la calle del barrio puede sentir una intensa incapacitación en su piso, pero puede sentirse capacitado afuera; la necesidad de escaparse puede llevar consigo su propia opresión; en el intercambio de las copias piratas pueden trascender al mundo de la moda y sentirse aislados. La calle lleva todas estas imágenes, y mucha negociación e inquietud.

Nuestras acciones, relaciones, contactos humanos y valores, así como imaginaciones, son equilibrados e interpretados junto a las representaciones. “En vez de que las representaciones sean el foco primario de la comprensión, éstas son islas en el mar de nuestra manera no sis-



Family Meeting at City Hall (Toronto, Canadá). Foto: Steven de Sousa



Central Park (Nueva York). Foto: Manuel García

temática de captar el mundo” (Taylor, citado en PILA Y THRIFT, 1995). Sin embargo, las representaciones se construyen mediante esas acciones, memorias y conocimientos, en nuestras propias imaginaciones, y en maneras que pueden ser compartidas y contestadas.

La transgresión ha fascinado recientemente a los geógrafos con razón (CRESSWELL, 1993, 1996), pero la capacitación se presenta de forma más amplia en el conocimiento geográfico, como demuestran los ejemplos de prácticas de ocio tratados en este capítulo; los conocimientos van unidos al nivel social, a la etnia y a otras divisiones sociales, y están marcados por el poder (ZUKIN, 1995: 274; Mayo de 1996). Parte de esto es para transgredir la mercantilización. Ignorar la cultura de mercantilización no se limita a los jóvenes que no compran en el centro comercial (GOSS, 1993), sino que está relacionado con la mayor parte de la práctica del ocio. Pueden simplemente no ser muy importantes. Aunque nos hemos centrado en las prácticas que pueden considerarse relativamente auto-creadas (producidas, contextualizadas, participadas por individuos y grupos de personas) y del mercado “guay” (CROUCH Y TOMLINSON, 1994), debemos también hacer un esfuerzo de nuevo para comprender las prácticas de ocio de cualquier lugar. Si comprar es un pasatiempo, es necesario ampliar la investigación más allá del simbolismo comercial y del centro comercial en los que se ha centrado el trabajo disponible, dejando a los jóvenes reunirse el domingo en el centro comercial sólo por unos “pitillos”. La gente que compra participa y se involucra en amplios aspectos de la cultura popular, reunirse, liberarse, estar fuera en cualquier lugar con la fami-

lia, o lejos de ella. La experiencia principal en la Exposición Universal de Vancouver era pasar un gran día fuera con la familia, nada relacionado con el simbolismo de la nación, existencia global o mercantilización (LEY Y OLDS, 1988).

Hay otras cuestiones importantes sobre capacitación en las imágenes de la calle. Zukin (1995) documenta la apropiación de sitios de compras en un profundo texto sobre Nueva York, incluyendo sus parques. Como reacción a la apropiación de las familiares calles de compras por las culturas desconocedoras del negocio o simplemente privatizadas, la gente al encontrar su identidad fracturada se cambia a otro lugar que le evoca algo más cercano a sus propios conocimientos, incluso de las calles de compras (ZUKIN, 1995: 255ff). Sin embargo, en este proceso hay una contienda y rivalidad verdaderas por el significado; el lugar llega a ser apropiado y su memoria y significado borrados. La calle puede convertirse en un sitio de pérdida y marginación.

En todos los casos, existe la posibilidad de apropiación y re-apropiación: los parques aburguesados fuera de los usos y conocimientos locales; huertos apropiados para el ocio más “rentable” (sic) (CROUCH, 1994); tierra vacía protegida y vigilada; la calle aburguesada por la juventud de la clase trabajadora; el campo de fútbol fuera de la ciudad y demasiado costoso. La mercantilización puede apropiarse de las memorias, conocimientos, modos en los que las imágenes se han incorporado. Aunque podemos escoger los materiales de mercantilización en nuestras tácticas urbanas, los que conocemos se interrumpen, pudiendo ocurrir de una manera muy desigual,

haciendo el acceso y la capacitación muy diferentes entre las clases, etnia, género y edad. Observamos en muchos de nuestros ejemplos la importancia de lugares en la calle que tienen la “propiedad” no desde el punto de vista financiero o legal, sino como conocimiento y uso; de seguridad e identidad, juego. Éstas son imágenes importantes de la calle que pueden ser razón suficiente para la protesta, y sentido de la pérdida, aunque Zukin destaca su potencial para incrementar el acceso de las mujeres a los parques en los que se ha reducido el miedo por la presencia de vigilancia policial, y aumentado su compartido sentido de la “propiedad”: podrían estar allí (ZUKIN, 1995: 275).

La gente joven en los sitios vacíos que hemos considerado anteriormente está transgrediendo en un intento de establecer una identidad y una separación. Pero hay aspectos más importantes que éste en su conocimiento geográfico, lo que incluye compartir, producir y reproducir relaciones humanas juntos, amor, ayuda, y otras cualidades fundamentales y valores humanos no-mercantilizados que reconoce Gorz (GORZ, 1985). La calle no es simplemente una serie de imágenes comerciales; incluso “el contemporáneo flâneur podría todavía especular con la idea de que la ciudad postmoderna centrada en el consumidor está basada en fundamentos inestables”, así se disputa el poder del mercado para describir lo que la imagen de la calle significa en nuestras vidas, en el conocimiento geográfico popular (SAVAGE, 1995: 214), como Finnegan desafió al valor del planteamiento anterior (FINNEGAN, 1989). En lugar de centrarnos en la comercialización, empaquetado y apariencia informando nuestro conocimiento de la calle (ROJEK, 1995: 169), hemos descubierto otras cosas. Las ideologías, o como dice Foucault, las prácticas discursivas, se crean en espacios específicos. Estos espacios proporcionan imágenes a nuestras mentes cuando concebimos nuestras identidades (ZUKIN, 1995: 293). Subraya la producción de espacio urbano en desarrollo, su elevada mercantilización, cuya importancia no podemos ignorar, y que es una de las razones fundamentales para las cuestiones de capacitación inestable que mencionamos anteriormente. Sin embargo, hay una insistencia continua sobre nuestras propias imágenes de la calle.

Observamos una serie de diferentes contextos del conocimiento geográfico, algunos de los cuales pueden estar en la práctica compartida. En términos del cuerpo, es algo más que simplemente añadir a la lista de la representación visual más sentidos. Está identificando los modos en los que el cuerpo informa, e interpreta, parti-

cipando en el espacio reflexivamente. Los significados se incorporan con la práctica; sus prácticas incorporadas, contingentemente, con fragmentos de la calle y de otra gente; de conflicto y de gente que comparte el espacio, gente que comparte la práctica. Luchamos, como sostiene Certau, en los vacíos, lapsos y alusiones de las estructuras de otra gente (DE CERTAU, 1984: 101-2), para dar sentido a la complejidad de imágenes contingentes, para unir nuestras propias bases estéticas, a lo que el ocio proporciona una manera de hacer. Las prácticas de ocio están llenas de metáfora, y el lugar es cómplice en este proceso. La calle se incorpora a la práctica y a su memoria. La calle dispara memorias de un conocimiento contingente de valores, de acciones, de relaciones y de anticipaciones; la calle es una imagen de la solidaridad, de la pérdida, y también, de las prácticas compartidas. No es sólo una historia singular de la capacitación y del juego libre, sino también de la protesta y desafío, como los materiales -concreto y metafórico- son ellos mismos objeto de poder y ejercicio del poder. Este capítulo ha intentado cambiar el enfoque de los estudios situados en una posición burguesa privilegiada y explorar un mundo más amplio de conocimiento y de imágenes de la calle.

La pretensión de tratar el tema multidimensional humano desafía la noción de que no existe tal tema, porque no puede haber un tema trascendental, como Giddens desafió hace casi dos décadas (GIDDENS, 1979:47, 69-70). Buttimer ha criticado la ruptura del compromiso entre el pensamiento y la realidad como innecesaria (BUTTIMER, 1993; GRIMES, 1996). Podemos discutir la relatividad de la manera en la que entendemos la realidad, su contextualización y especialmente contextualidad en dar sentido a la realidad. Iluminado por una mirada burguesa hacia el voyeurismo, encontramos otra calle, otra ciudad, una aún más transparente en su rivalidad, liberada de una celebración compulsiva de la mercantilización. Aún podemos mirar y sentir, ser vigilados, conocer y actuar, si se nos permite ser globales. Las imágenes de la calle emergen de un proceso humano muy complejo del conocimiento geográfico.

Bibliografía

AUGÉ, M. (1995) *Non-Places: An introduction to an Anthropology of Supermodernity*. London: Vera, 1995

BOURDIEU, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the judgement of Taste*. London: Routledge, 1984

BUTTIMER, A. (1993) *Geography and the Human Spirit*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1993

CRESSWELL, T. (1993) Mobility as Resistance: A Geographical Reading of Kerouac's on The Road. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 18, 1993, pp. 249-262

CRESSWELL, T. (1996) *In Place/Out of Place*. Minnesota: Minnesota University Press, 1996

CROSSLEY, N. (1996) Body-Subject/Body-Power: Agency, Inscription and Control in Foucault and Merleau-Ponty. *Body and Society*, 2(2), 1996, pp. 99-116

CROUCH, D. (1994) *The Popular Culture of City Parks*. London: Comedia, Stroud and Demos, 1994

CROUCH, D. (1989) Patterns of Cooperation in Outdoor Leisure. *Leisure Studies*, 8(3), 1989, pp. 189-199

CROUCH, D.; MATLESS, D. (1996) Refiguring Geography: the Parish Maps of Common Ground. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 21(1), 1996, pp. 236-255

CROUCH, D.; TOMLINSON, A. (1994) Collective, Self-generated Consumption: Leisure, Space and Cultural Identity. En IAN HENRY (ed.) *Modernity, Late Modernity and Lifestyle*. Brighton: Leisure Studies Association, 1994

CROUCH, D.; WARD, C. (1994) *The Allotment: Its Landscape and Culture*. Nottingham: Mushroom Books, 1994

CROUCH, D. (2007) The power of the tourist encounter. En CHURCH, A.; COLES, T. (ed.) *Tourism, Power and Space*. Londres: Routledge, 2007

CROUCH, D. (2006) Embodiment and performance in the making of contemporary cultural economies. En TERKENLI, T. S.; D'HAUTESERRE, A-M. (ed.) *Landscapes of a new cultural economy of space*. Dordrecht: Springer, 2006

CROUCH, D. (2005) Introduction: Critical Reflections on the working of communication in tourism cultures. *Tourism, Culture and Communication*, v. 5, n° 2, 2005, pp. 75-81

CROUCH, D.; JACKSON, R.; THOMPSON, F. (2005) *Introduction: The Media and the Tourist Imagination: converging cultures*. London: Routledge, 2005

CROUCH, D. (2005a) *Cultural Landscapes and visual culture mediated through the encounter UNESCO World Heritage Sites conference*. Newcastle: University of Newcastle, 2005

CROUCH, D. (2003) Spacing, performance and becoming: the tangle of the mundane. *Environment and Planning A: International Journal of Urban and Regional Research*, 35 (11), 2003, pp. 1945-1960

CROUCH, D.; LUBBREN, N. (2003) *Visual Culture and Tourism*. Oxford: Berg, 2003

CROUCH, D.; ARONSSON, L.; WAHLSTROM, L. (2001) Tourist Encounters. *Tourist Studies*, v. 1, n° 3, 2001, pp. 253-270

CROUCH, D. (ed.) (1999) *Leisure/Tourism Geographies: Practices and Geographical knowledge*. London: Routledge, 1999

CROUCH, D.; DESFORGES, L. (2003) The Sensuous in the tourist encounter: introduction to the power of the body. *Tourist Studies*, v. 3, n° 1, 2003, pp. 5-22

CROUCH, D.; PARKER, G. (2003) Digging-up Utopia? Space, memory and land use heritage. *Geoforum*, n° 34, n° 3, 2003, pp. 395-408

CROUCH, D.; MALM, C. (2003) Landscape practice, landscape research: an essay in gentle politics. En DORRIAN, M.; ROSE, G. (ed.) *Deterritorialisations, revisioning: landscape and politics*. London: Black Dog, 2003, pp. 253-263

DE CERTAU, M. (1984) *The Practice of Everyday Life*. California: University of California Press, 1984

EDENSOR, T. (2001) *Tourists at the Taj*. London: Routledge, 2001

EDENSOR, T. (2001) Performing tourism, staging tourism. *Tourist Studies*, n° 1, 2001, pp. 59-82

FISKE, J. (1989) *Understanding Popular Culture*. London: Routledge, 1989

FOUCAULT, M. (1981) *The History of Sexuality*, v. 1. Harmondsworth: Penguin, 1981

FINNEGAN, R. (1990) *The Hidden Musicians: Music-Making in an English Town (Music Culture)*. Milton Keynes: Open University Press, 1990

GIDDENS, A. (1979) *Central Problems in Social Theory*. London: Hutchinson, 1979

GIDDENS, A. (1984) *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press, 1984

GOSS, J. (1992) 'The Magic of the Mall': An Analysis of Form, Function, and Meaning in the Contemporary Retail Built Environment. *Annals of the Association of American Geographers*, 83(1), pp. 18-47

GORZ, A. (1985) *Paths to Paradise*. London: Pluto, 1985

GREENHALGH, L.; WORPOLE, K. (1995) *Park Life: Urban Parks and Social Renewal*. London: Comedia, Stroud and Demos, 1995

GRIMES, S. (1996) *Geography and Metaphysics*. Paper presented to the Conference of Irish Geographers, Galway

JACKSON, P.; THRIFT, N. (1995) Geographies of Consumption. En MILLER, D. (ed.) *Acknowledging Consumption*. London: Routledge, 1995

LEY, D.; OLDS, K. (1988) Landscape as Spectacle: World's Fairs as Heroic Consumption. *Environment and Planning D: Society and Space*, 6, 1988, pp. 191-212

MAY, J. (1996) Globalization and the Politics of Place: Place and Identity in an Inner London Neighbourhood. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 21(1), 1996, pp. 194-215

MERLEAU-PONTY, M. (1962) *The Phenomenology of Perception*. London: Routledge, 1962

MOORHOUSE, B. (1992) *Driving Ambitions*. Manchester: Manchester University Press, 1992

NIELSEN, N.K. (1995) The Stadium and the City: A Modern Story. En BALE, J. (ed.) *The Stadium and the City*. Keele: Keele University Press, 1995

PILE, S.; THRIFT, N. (1995) *Mapping the Subject*. London: Routledge, 1995

ROJEK, C. (1995) *Decentering Leisure*. London: Sage, 1995

SAVAGE, M. (1995) Walter Benjamin's Urban Thought: A Critical Analysis. *Environment and Planning D: Society and Space*, 13, pp. 201-216

SHIELDS, R. (1991) *Places on the Margin*. London: Routledge, 1991

SHIELDS, R. (1992) *Lifestyle Shopping*. London: Routledge, 1992

WARREN, S. (1992) 'This Heaven Gives Me Migraines': The Problems and Promises of Landscapes of Leisure. En LEY, D.; DUNCAN, J. (ed.) *Place/Culture/Representation*. London: Routledge, 1992

URRY, J. (1999) Sensing Leisure Spaces. En CROUCH, D. (ed.) *Leisure/Tourism Geographies: Practices, and Geographical Knowledge*. London: Routledge, pp. 34-45

URRY, J. (2002) *The Tourist Gaze*. London: Sage, 2002

WILLATTS, S. (1982) *The New Reality*. Derry: The Orchard Gallery, 1982

WILLIS, P. (1990) *Common Culture*. Milton Keynes: Open University Press, 1990

ZUKIN, S. (1995) *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell, 1995