

LA CIUDAD VISTA

mercancías y cultura urbana

beatriz sarlo



siglo veintiuno editores s.a.

Guatemala 4824 (C1425BUP), Buenos Aires, Argentina

siglo veintiuno editores, s.a. de c.v.

Cerro del agua 248, Delegación Coyoacán (04310), D.F., México

siglo veintiuno de españa editores, s.a.

c/Menéndez Pidal, 3 BIS (28006) Madrid, España

Sarlo, Beatriz

La ciudad vista. - 1ª ed. - Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2009.

232 p.: 36 il.; 21x14 cm. - (Sociología y política)

ISBN 978-987-629-075-3

1. Ensayo Argentino. I. Título

CDD A864

© 2009, Siglo Veintiuno Editores S. A.

Diseño de colección: tholón kunst

Diseño de cubierta: Peter Tjebbes

ISBN 978-987-629-075-3

Impreso en Artes Gráficas Delsur // Alte. Solier 2450, Avellaneda,
en el mes de abril de 2009

Hecho el depósito que marca la ley 11.723

Impreso en Argentina // Made in Argentina

Introducción

Desde que comencé a pensar este libro me propuse no renunciar ni a la literatura ni al registro directo, documental, sino articularlos como se articularon en mi cabeza durante los últimos años. El libro sale, entonces, de itinerarios sobre dos espacios diferentes pero que se entrecruzan: la ciudad real y las ciudades imaginadas. Mi primera convicción fue, por así decirlo, de método. La segunda fue una definición de objeto: la unidad cultural de Buenos Aires. Desde el punto de vista económico, social, de transporte, la ciudad no está separada del conurbano. Sin embargo, en términos culturales y de cultura urbana, todavía se puede hablar de Buenos Aires dentro de sus límites históricos.

El plan del libro estuvo casi definido desde el principio y lo escribí en orden para probarme que era posible sostener su argumento. El primer capítulo se ocupa del *shopping center* y de los ambulantes, ya que la circulación de las mercancías define formas de uso de la ciudad y produce innovaciones definitivas en el espacio público. Cuando en 1994 escribí sobre el *shopping center* el tema era una novedad en la Argentina; esas pocas páginas de *Escenas de la vida posmoderna* hoy me parecen un esbozo lejano y aproximativo, aunque les reconozca la intuición de lo que ya estaba sucediendo de modo irreversible. Hoy creo que el *shopping center* ha impuesto su tipología a todas las formas de consumo, por lo menos de modo imaginario; en el otro extremo, los ambulantes definen un uso de la calle que, por su intensidad, es original desde mediados de los años noventa. En el arco entre el *shopping center* y los ambulantes se define la “ciudad de las mercancías”.

La ciudad del mercado tiene sus marginales y sus irregulares: el segundo capítulo se ocupa de la “ciudad de los pobres”. Aquí me

parece necesaria una observación. La etnografía urbana sobre Buenos Aires opta, generalmente, por representar a los pobres a través de sus propios discursos, acompañados de descripciones débiles para evitar un problema clásico: hablar por el otro. No comprende, sin embargo, que esas transcripciones son también una forma de 'hablar por el otro', y, además, no siempre la mejor ni la más comprensiva. Al 'otro pobre' le sucede lo que al etnógrafo: ni sabe todo lo que dice ni dice todo lo que sabe. En eso, todos los seres somos iguales. La etnografía urbana compite con el periodismo, citado muchas veces como fuente, que ha producido algunos documentos más detallados y vivaces, más próximos y perceptivos, que los académicos.

El camino que seguí fue el contrario, y lo elegí conscientemente. Durante cuatro años recorrí la ciudad tratando de ver y de escuchar, pero sin apretar las teclas de ningún grabador. Llevaba, cuando llevaba algo, una libretita y una cámara digital, y tomaba centenares de fotografías, algunas de las cuales se publican acá sin epígrafes. Me propuse un conocimiento visual de algunas manifestaciones evidentes de la nueva pobreza, confiada en la potencia significativa de los pormenores. Christine Buci-Glucksmann dijo que la captación precisa de un "barroquismo de superficie" puede permitir una especie de mirada de conjunto y, al mismo tiempo, alcanzar "una escritura del detalle, donde el ver y el saber se dan al mismo tiempo".¹

Desde la misma perspectiva próxima fui a la "ciudad de los extranjeros". En el tercer capítulo sostengo el argumento que, antes, me había ayudado a entender: Buenos Aires fue siempre una ciudad de extranjeros, de inmigrantes llegados de cerca o de lejos: hoy los sudamericanos, los argentinos de las provincias y los asiáticos; ayer los europeos. Traté de hacer preguntas que pusieran en relación estas ciudades de extranjeros diferentes. Traté, sobre todo, de no sucumbir a la superstición de atribuir cualquiera de sus actos a la construcción deliberada de una identidad. Esos actos, esos barrios, esas festividades, esas ferias son signos en flotación que coagulan, se consolidan, pero también se dispersan; son formas de la vida cotidiana que no están constantemente machacando sobre la identidad como si los extranjeros y los pobres vivieran en un

ininterrumpido proceso identitario, como si fueran distintos a nosotros, como si la identidad en ellos no fuera, al igual que la nuestra, una intermitencia. Incluso cuando son discriminados, estigmatizados por el racismo, su identidad no es un compacto sino un medio subjetivo fluido, en el que interviene centralmente la lengua. La "ciudad de los extranjeros" es verdaderamente polifónica y poligráfica; traté de ubicarme en ella desde la perspectiva de los nuevos migrantes, que no hablan el castellano del Río de la Plata, y retrocedí hacia la literatura escrita en el primer tercio del siglo XX para ver cómo sonaban entonces otras polifonías.

Aunque la literatura está en todo el libro, el cuarto capítulo trabaja especialmente con fragmentos de narraciones y poemas; también con pinturas y fotografías. Busqué no sólo representaciones de Buenos Aires, sino ideas y modelos de ciudad, formas que hicieron visible la ciudad en la obra de algunos artistas; trabajé sobre textos que muestran el amor a la ciudad y otros que la rechazan o no la entienden. También me pregunté cuáles son las materias que la literatura o la pintura descubren en la ciudad: de qué está hecha la ciudad del arte y cuáles son los objetos, los edificios, las mercancías con los que establece un contacto fuerte, ese punto crucial de una obra que parece tocar aquello que está fuera de ella.

El último capítulo analiza también imágenes de ciudad y, más precisamente, de la más actual. Las preguntas se refieren a los modelos culturales que se construyen en una ciudad para transmitirlos a sus propios habitantes y a los visitantes. No ¿cuál es la identidad de esta ciudad?, lo que es innecesario o imposible responder, sino ¿qué identidad dice esta ciudad que es la suya para convencer a otros y convencerse a sí misma? La 'originalidad', la 'personalidad', la 'peculiaridad' tal como aparecen en los discursos del turismo o en aquellos que los porteños articulan y consumen sobre *barrios culturales*, como Palermo, o ciberciudades desmaterializadas.

Cuando releí los originales no me sorprendió que, ya en el último tramo de una vida extensa como la mía, fueran tan evidentes las primeras deudas contraídas. No habría escrito lo que escribí si

no hubiera leído a Roland Barthes, si no siguiera leyéndolo. Una mínima parte de la felicidad intelectual que produce Barthes es la que desearía para los lectores de este libro.

AGRADECIMIENTOS

Al Departamento de Lenguas Romances de la Universidad de Chicago y a Agnes Lugo-Ortiz, que me permitieron pasar dos meses en una gran ciudad y una gran biblioteca.

A Jorge Sánchez, que, siendo director de *Viva*, me ofreció una columna semanal criticada por casi todo el mundo, que me permitió dar vueltas por la ciudad con la excusa de que estaba haciendo mi trabajo.

A Rafael Filippelli, que cambió mi forma de ver el cine y, por lo tanto, mi mirada.

1. La ciudad de las mercancías

I. EL SHOPPING CENTER

Tirar abajo un *shopping center* es imposible, porque iría en contra de la época de un modo utópico y revolucionario. La ciudad no ofrece a todos lo mismo, pero a todos les ofrece algo, incluso a los marginales que recogen las sobras producidas por los incluidos. La mayoría de los habitantes de la ciudad encuentran en el mercado lo que creen desear libremente cuando una alternativa no se les presenta ante los ojos, o les resulta desconocida y probablemente hostil a lo que han aprendido en la cultura más persuasiva de las últimas décadas: la de los consumidores.

Principio diabólico. “En el arte, existe siempre un principio diabólico que actúa en contra y trata de demolerla”, escribió Robert Bresson. En todo artefacto delicado, resistente y complejo, como la ciudad, hay también un potencial de desorden, encarnizado en desmentir el ideal de sistema integrado que contradicen la intemperie, los espacios abiertos, las calles, las vías de transporte y, sobre todo, la competencia por ocupar materialmente los edificios y la tierra. Sólo una tipología, la del *shopping center*, resiste al principio diabólico del desorden, exorcizado por la perfecta adecuación entre finalidad y disposición del espacio. La circulación mercantil de objetos encontró una estética sin excedentes desviados.

El orden del mercado es mil veces más eficaz que el orden público: de donde la dinámica de la mercancía es más fuerte que el Estado. “Ir de compras se ha convertido en el ingrediente principal de cualquier sustancia urbana. El cambio es colosal. La ciudad solía ser gratis; ahora hay que pagar por ella”.²

A mediados del siglo XIX, en París, la gran capital del siglo, se inventó el *grand magasin*, donde por primera vez la exposición de la mercancía, su valor para los ojos, fue más importante que su valor de uso. La mercancía entró en un nuevo régimen óptico; el lujo, que tradicionalmente acompañó la disposición de mercancías para la nobleza o la aristocracia, se convirtió en una cualidad para atraer a las nuevas clases medias urbanas. Le Bon Marché abrió en 1852 y la gran tienda Louvre en 1855. Zola representó Le Bon Marché en *Le bonheur des dames*, donde las técnicas de exhibición mercantil y la velocidad de cambio de los objetos puestos a la venta multiplicaban las sensaciones de mujeres que, literalmente, eran consumidas por su deseo. La mercancía, por primera vez, se convierte en tema urbano por la decoración de las vidrieras, un arte 'menor' (define David Harvey) perfectamente funcional a la articulación mayor de los grandes bulevares parisinos trazados por Haussmann.³ Tres décadas antes, Flaubert hizo girar el destino de Emma Bovary, su burguesa de provincia, en torno a las deudas que ella contrae por la intermediación de un comerciante despierto e inescrupuloso; Emma sucumbe por el desengaño del amor romántico que buscó en sus amantes y también por el amor a esos objetos preciosos, las telas con las que cubre su cuerpo: de modo casi profético, mercancía y adulterio se enlazan en *Madame Bovary*.

Las grandes tiendas de Buenos Aires fueron, desde 1914, Gath y Chaves, ubicada en la esquina de Florida y Cangallo (entre sus atracciones: cuatro magníficas escaleras y una escalera mecánica), y Harrods, a pocas cuadras, entre Córdoba y Paraguay. Trazaban el camino de las mercancías que, hasta mediados del siglo pasado, tuvo su vía maestra en la calle Florida. A pocos metros de Gath y Chaves, el fabuloso pasaje Güemes, sobre el que Roberto Arlt escribió en 1928:

Con el terror de luz eléctrica que desde la mañana a la noche inunda para *in eternum* sus criptas, cajas fuertes y quioscos de vidrio. Con el zumbido de sus ascensores, subiéndolo, mejor dicho desliziéndose perpendicularmente. Y con ese maremagno de gente bien vestida y misteriosa que de la mañana a la noche se pasea por allí, y que no

se sabe si son gentiles rateros, pesquisas, empresarios de teatro o qué sé yo.

Se respira allí una atmósfera neoyorquina; es la Babel de Yanquilandia transplantada a la tierra criolla e imponiendo el prestigio de sus bares automáticos, de sus zapatos amarillos, de las victrolas ortofónicas, de los letreros de siete colores y de las "girls" dirigiéndose a los teatros con números de variedades que ocupan los sótanos y las alturas....

Vestidos reglamentados, melenas de corte reglamentado, tacos de altura reglamentada. Feas y lindas. Caritas pálidas todas. Amabilidad de "qué se le va a hacer". Comparten casi todas el quiosco con un mozo dependiente. Perfumes, flores, café, bombones, venden de todo.⁴

Arlt observaba los escenarios que Walter Benjamin encontró, por esa misma época, en su investigación sobre el París del siglo XIX; y también miraba las muchachas modernas que Krakauer descubría en Berlín. Era Buenos Aires y se vivía la primera gran transformación mercantil del siglo pasado. Cambio en las formas de intermediación, distribución y presentación de mercancías: vendedoras jóvenes y aburridas, objetos deseables por su disposición, su precio, su efecto estilístico, su estar a la moda, su abundancia simbólica, sus insinuaciones: perfumes, flores, bombones, regalos para la mujer de mundo o para la amante, ofrecidos a los hombres por jovencitas pálidas que sueñan no con vender esos objetos sino con recibirlos. La mirada descubre lujos desconocidos, tanto en las materias como en la novedad de su puesta en escena y, sobre todo, en las fantasías que disparan. Esto es como el cine, imagina Arlt, que ve el futuro en los detalles aparentemente menores del presente. Arlt es un escritor futurista y, por eso, puede ser crítico sin volverse nunca nostálgico. Sus modos de mirar (exclusión de la melancolía, acidez de la crítica, precisión) son un método.

Hegemonía. Las grandes tiendas, los pasajes y las galerías, de todos modos, formaban parte de la ciudad, se entretejían con ella; desde las ventanas de Harrods se veían los paseantes de Florida.

Las viejas galerías Pacífico enlazaban bajo techo las calles que limitaban una manzana de ciudad a través de anchos pasillos laterales, decorados por las mercancías expuestas en negocios que no invadían visualmente, desde cuyos extremos podían verse perfectamente los frescos de Berni o Spilimbergo que hoy están casi ocultos por los signos del comercio que dicta la ley visual en las nuevas Pacífico. En cambio, pocos usan un *shopping* como pasaje entre calles; ese trayecto, aunque posible, no está previsto en el programa, que busca independizarse de la ciudad y reinar sobre ella desde una diferencia irreductible.

Algunos arquitectos se han vuelto famosos sólo porque han construido *shopping malls* y parques temáticos (pertenecientes, en un sentido amplio, al mismo género que otros arquitectos consideran no-arquitectura). Rem Koolhaas, entre el cinismo y la crítica, reconoce lo que Jon Jerde, con inigualable claridad, declaró al *New York Times*: "La adicción al consumo es lo que reunirá a la gente". Como algunos analistas culturales, Jerde descubre que el *shopping mall* produce comunidad allí mismo donde parecía haberse perdido para siempre.⁵ En los orígenes de esta convicción hay un episodio autobiográfico, convertido en ficción programática: después de una visita a Italia, Jerde cree posible aplicar la configuración de una aldea de la Toscana, con su plaza, sus iglesias, sus campanarios, donde creyó observar una comunidad fuertemente relacionada, a magnos proyectos de *shopping malls* y parques temáticos. Maestro ilusionista, como se lo ha llamado, en su City-walk de Hollywood Boulevard en Los Angeles, Jerde incorporó algún detalle mínimo que evocara la vieja calle comercial norteamericana, como el de simular envoltorios de caramelos incrustados en la cerámica de los pisos flamantes, para que sus visitantes no se vieran obligados a ser los simulacros humanos de un paisaje 'comunitario' recién inaugurado: como toda comunidad supone una historia, es decir un tiempo pasado, esos envoltorios proporcionan los emblemas de una infancia que allí también podría haber transcurrido. La limpieza al vacío, que es una regla del *shopping mall* o del parque temático, necesita de pequeños signos estéticos de vida, precisamente porque es necesario controlar cualquier desorden, en primer lugar el de la ciudad y también el que pueda causar la imprevisible naturaleza.

El *shopping* se ha convertido en la plaza pública que corresponde a la época, e incluye en casi todas partes cines, restaurantes y negocios, parques de diversiones bajo techo, galerías de exposición, salas de conferencias. Al revés, un complejo de cines tiene que tener hoy, como mandato de una imitación generalizadora, su aspecto *shopping*: una decena de *boutiques* y quioscos, en el caso más somero. Esto fue descubierto primero por Walt Disney, en cuyos parques la diversión que se paga con la entrada y los consumos adyacentes están tejidos de modo inseparable. Esos parques Disney fueron las primeras grandes catedrales para la comunidad de consumidores del capitalismo tardío: utopías degeneradas, las llamó Louis Marin, en una época en que los académicos todavía usaban palabras fuertes.⁶

Los *shoppings* tienden a parecerse (lo cual sostiene la ilusión de que es un artefacto que iguala a sus usuarios), aunque las grandes marcas de la alta costura no desciendan a establecerse allí donde lo que domina es el nivel medio. Cuando un *shopping* no ofrece todas las marcas, de algún modo rompe su contrato de universalidad, porque priva de algunos objetos a sus visitantes, a quienes considera indignos por falta de dinero; deja así al descubierto que nadie es igual en el mercado. Sin embargo, la igualdad no descansa sobre un puñado de marcas elitistas, sino sobre una estrategia para disponer las mercancías de la mayoría. La estética del *shopping* iguala no por el lado de los precios ni por el del acceso a los objetos, sino por el lado estético de su disposición escenográfica. Es un paraíso del contacto directo con la mercancía. Por eso, el *shopping* es imaginariamente inclusivo, aunque los diversos niveles de consumo sean excluyentes. Por el lado de la inclusión imaginaria, el *shopping* crea el espacio de esa comunidad de consumidores cuyos recursos son desiguales pero que pueden acceder visualmente a las mercancías en exposición de un modo que las viejas calles comerciales socialmente estratificadas no permiten. Las mercancías del *shopping* fingen no estar estratificadas, aunque es obvio que se agrupan según variaciones de emplazamiento social.

El *shopping* no es todo en la ciudad, pero es la forma que representa el punto culminante del ocio mercantil. Es evidente que los

negocios persisten en las calles, a cielo abierto, pero incluso en los barrios donde el *shopping* todavía no ha llegado se sabe que es la forma más deseada del ocio. Lo último, si es exitoso, reestructura las relaciones entre los edificios y los servicios anteriores: el pequeño supermercado de barrio imita, abarrotadamente, al gran supermercado, porque ése es su modelo aunque sea espacial y económicamente inalcanzable. La novedad define el tono, el estilo y los hábitos incluso en aquellos espacios que no pueden imitarla realmente. Eso se llama "hegemonía cultural", y se sostiene en la acumulación material pero también en la educación del gusto de los usuarios. Funciona perfectamente de acuerdo con sus fines. Probablemente por eso ya no se critica al *shopping*: es demasiado eficiente y domina el circuito de las mercancías de un modo que sólo cambiará con una transformación tan radical de las formas de consumo como la que él mismo trajo.

Regularidad. El *shopping center* asegura algunos de los requisitos que se exigen de una ciudad: orden, claridad, limpieza, seguridad, y que no están garantizados en las ciudades de los países pobres o sólo se obtienen parcialmente fuera de los enclaves del capitalismo globalizado.⁷ El *shopping* da la ilusión de independizarse de la ciudad y del clima: la luz es inalterable y los olores son siempre los mismos (relentes de materia plástica, vaporizadores). Frente al relativo azar de lo que podría suceder en la calle, el *shopping* repite sus ritmos detrás de sus superficies glaseadas. Los que defienden esa forma con que el mercado influyó sobre la urbanística de muchas ciudades se apoyan precisamente en razones de uso regulado y normalizado: en el *shopping* los viejos y los adolescentes pueden pasear seguros, hay servicios al alcance de todo el mundo, es muy difícil robar o ser robado, y lo que se da para ver es lo que todos quieren mirar.

Pese a las variaciones de estilo, todos los *shoppings* son idénticos, aunque en América del Norte la imaginación populista de los arquitectos (una segunda generación posterior a *Learning from Las Vegas*, el manifiesto de Robert Venturi y Denise Scott Brown) y la concentración de recursos encaren multimillonarias imitaciones de aldeas al aire libre, construcciones urbanas completas, extensiones

territoriales casi inimaginables en medio de desiertos linderos con ciudades prósperas, comunicados por autopistas de doce carriles.

El *shopping* no es simplemente una parte de la ciudad sino su replazo por un sistema nuevo, donde se atenúa o desaparece lo que caracterizó, en el pasado, lo urbano. Por eso, aunque pueda emplazarse en una ciudad, ésta le es indiferente, y puede caer al lado de una autopista, en un baldío yermo, sin necesitar nada de lo que en una ciudad lo rodea. Esto no sucedió con los pasajes y las galerías, que ofrecían a la ciudad espacios techados cuyo diseño no respondía a una lógica opuesta a lo que sucedía en las calles, sino que, por el contrario, las necesitaba y las presuponía como espacios contiguos. El pasaje imitaba la calle, perfeccionándola en lugar de repudiarla; incluso lo que sucedía en la calle se magnificaba en el pasaje, se volvía más perceptible y más atractivo o tenebroso. Los remates de los negocios imitaban las fachadas al aire libre, como miniaturas interiorizadas, y allí vivieron prostitutas y otros irregulares de la ciudad del siglo XIX.

El *shopping* ahuyenta a esos irregulares, porque instala normas de vigilancia que hacen posible tanto la seguridad como la repetición. El *shopping* es de las familias, de los pobres decentes, de las capas medias cuando pueden comprar y también cuando no pueden. A diferencia de la calle y de los llamados centros comerciales al aire libre, sobre los cuales no hay control de la puesta en escena ni del diseño, en el *shopping* nada es casual. Los visitantes se desplazan en una atmósfera artificial como los peces domésticos en sus recipientes oxigenados, decorados con plantas marinas.

El sentido de comunidad al que se refiere el celebratorio Jon Jerde se apoya en esta unanimidad de clases y perfiles culturales que confluyen en el *shopping*. En sociedades como las de América del Norte, esta disposición de la escenografía capitalista responde a una historia de consumo masivo que, como asombró a Sarmiento y lo probó más tarde la inmensa fortuna de Macy's, comienza con la venta por catálogo y la impecable distribución por correo de las mercancías. A partir de entonces, los Estados Unidos en particular ajustaron cada una de las máquinas y de las tecnologías de consumo. En tensión con los clivajes sociales y las imposibilidades económicas, en los países periféricos el *shopping* revela

una desigualdad mayor entre quienes lo usan como paseo y quienes, además, compran de modo significativo. Sin embargo, el éxito para unos y otros está en las posibilidades de ensoñación que ofrece: siempre es mejor desear que no desear.

Walter Benjamin, que indicó la pregnancia de las mercancías sobre la imaginación en las sociedades modernas, escribió:

Pobreza de la experiencia: no hay que entenderla como si los hombres añoraran una experiencia nueva. No; añoran liberarse de las experiencias, añoran un mundo donde puedan hacer que su pobreza, la externa y por último también la interna, cobre vigencia tan clara, tan limpiamente que salga de ella algo decoroso. No siempre son ignorantes o inexpertos. Con frecuencia es posible decir todo lo contrario: lo han “devorado” todo, la “cultura” y “el hombre”, y están sobrecargados y cansados... Al cansancio le sigue el sueño, y no es raro por tanto que el ensueño indemnice de la tristeza y del cansancio del día y que muestre realizada esa existencia enteramente simple, pero enteramente grandiosa para la que faltan fuerzas en la vigilia. La existencia del ratón Mickey es ese ensueño de los hombres actuales. Es una existencia llena de prodigios que no sólo superan los prodigios técnicos, sino que se ríen de ellos. Ya que lo más notable de ellos es que proceden todos sin maquinaria, improvisados, del cuerpo del ratón Mickey, del de sus compañeros y sus perseguidores, o de los muebles más cotidianos, igual que si salieran de un árbol, de las nubes o del océano. Naturaleza y técnica, primitivismo y confort van aquí a una, y ante los ojos de las gentes fatigadas por las complicaciones sin fin de cada día y cuya meta vital no emerge sino como lejanísimo punto de fuga en una perspectiva infinita de medios... En sus edificaciones, en sus imágenes y en sus historias la humanidad se prepara a sobrevivir, si es preciso, a la cultura.⁸

Exposición. El *shopping* exhibe las piezas de una actualidad volátil: como en una galería de arte, lo que se ve no siempre podrá ser adquirido, pero la visión ha educado la mirada. Aunque se espera que los visitantes compren, en un *shopping* es posible entregarse solamente al placer óptico. Muchas de sus mercancías son inaccesibles para la mayoría de sus visitantes, pero pueden observarse como se hojea una revista de ricos y famosos, para ver cómo es la piscina o el gimnasio privado de una *celebrity*. La exposición de objetos inalcanzables alimenta la relación amorosa entre el *shopping* y sus visitantes, quienes salen de allí transportando muchas veces una bolsa minúscula que contiene una vela o un frasco de esencias perfumadas, un peine de madera o una hebilla para el pelo, esas cositas pequeñas que ofrecen los quioscos del *shopping* disponiéndolas como si se tratara de tesoros de joyería para los más pobres. Esta diseminación de la oferta entre lo inaccesible y lo casi carente de valor fortalece la fidelidad que sienten hacia el *shopping* los más chicos y los viejos, como si la existencia de mercancías menores fuera una prótesis compensatoria del resentimiento de quienes no pueden adquirir sino lo más barato. Casi todos pueden salir del *shopping* con una bolsita colgando.

Contra la entropía. El diseño y el funcionamiento del *shopping* se oponen al carácter aleatorio y, en consecuencia, indeterminado de la ciudad. La ciudad es un territorio abierto a la exploración por desplazamiento dinámico, visual, de ruidos y de olores: es un espacio de experiencias corporales e intelectuales; está medianamente regulado pero también vive de las transgresiones menores a las reglas (cada ciudad tiene sus transgresiones, sus imprevistos, como los llama Paolo Cottino). En oposición a este funcionamiento 'sucio', no completamente controlable de la ciudad, el *shopping* asegura la repetición de lo idéntico en todo el planeta. En el *shopping* se produce lo que una teoría celebratoria llama "atracción adyacente": todo lo que entra en su combinatoria se vuelve significativo y potencia el significado de lo que lo precede y lo sigue, como una metonímica cadena de la felicidad. El *shopping* es un espacio de conexiones, cuyos elementos 'gramaticales' deben mantener una relación ordenada para ser comprensibles y

son comprensibles porque la mantienen. “En el *mall* típico, el éxito económico depende de la restricción de la variedad espacial: el infinito comercial requiere del confinamiento del sujeto dentro de una inacabable igualdad del espacio.”⁹

Nunca el concepto abstracto de mercado tuvo una traducción espacial tan precisa. Las calles comerciales, entregadas a la competencia, tienden al desorden, incluso cuando se regula el tamaño de los carteles, los anuncios y las marquesinas. Las vidrieras responden al capricho o al buen diseño de los dueños de los comercios. Los mercados al aire libre tienden a soportar una fuerza entrópica, incluso cuando las mercancías alcanzan su ordenamiento más riguroso: las frutas no tienen exactamente el mismo color que ayer, las hojas de las verduras son irregulares, los quesos van envejeciendo a medida que son vendidos, los cortes de las carnes se imponen como cartografías diferentes pese a la inclinación clasificatoria de quienes las venden. Un mostrador comienza el día ordenado, cuando todo está bajo control, y a la noche termina con huecos y ángulos no calculados entre sus mercancías. En los mercados de ambulantes lo irregular es inevitable aun cuando todo lo ofrecido se repita.

Contra esta variedad perversa, porque transgrede espacialmente el ideal que subyace a la ley general del mercado, el *shopping* realiza de manera perfecta lo que manda la mercancía: exhibe la regularidad de su valor medido en dinero, de manera abstracta y con una tendencia irrefrenable a presentarse como universal. Por eso los *shoppings* pueden ser recorridos sin que se los conozca; no necesitan ser familiares porque no ofrecen nada diferente a lo que ya se sabe por experiencias anteriores. No se puede descubrir un *shopping*. Su cualidad es precisamente la opuesta: negarse a todo descubrimiento porque tal actividad significaría una pérdida de tiempo y una falla de funcionamiento. El *shopping* debe estar tan perfectamente señalizado como una autopista de alta velocidad.

Última invención urbana del mercado, el *shopping* llegó en el momento en que se creyó que la ciudad se volvía insegura o, mejor dicho, en que la inseguridad, que fue siempre un tema urbano (las “clases peligrosas” del siglo XIX, los delincuentes al acecho,

las prostitutas y sus rufianes, los carteristas y los embaucadores, los perversos, los obreros, los desocupados, los mendigos, los enfermos ambulantes), se convirtió en una preocupación central: el miedo de la ciudad y el miedo en la ciudad, el éxodo a barrios cerrados, a enclaves que simulan aldeas, a suburbios bajo control, el abandono de los espacios abiertos a causa de sus acechanzas. A esta forma de enfrentar un conjunto de cambios, que sucedieron en todas las ciudades del mundo, el mercado le ofreció su creación: el *shopping*, un espacio público de gestión privada.

Las cualidades del *shopping* son las que necesita quien vive temeroso en la ciudad. Como si se ajustara a un diseño divino (la mano invisible del mercado dibuja con un omnisciente buril de hierro), la regularidad, el orden, la limpieza y la repetición, que impiden el salto a lo imprevisto, aseguran que el *shopping* funcione sin ninguno de los inconvenientes de lo urbano. En un momento en que la ciudad es vista como fuente de males y donde se pide una ciudad disciplinada que responda a ese imaginario del miedo y a condiciones reales de incertidumbre, el *shopping* ofrece lo que se busca y, además, gratis.

Desde esta perspectiva, comprar y consumir serían las actividades fundamentales que se realizan en el *shopping* pero no las razones de su éxito, que son otras: la serenidad de lo controlado de modo invisible (de nuevo, la mano invisible, divina, que primero diseña y luego, como la Providencia, dirige el control que los usuarios buscan). El modo *shopping* de circulación de las mercancías conoce todos los recovecos de las fantasías persecutorias de su público. Y a ellas responde con una afirmación de identidad: no soy la ciudad, soy mejor que la ciudad y, además, puedo estar en cualquier parte, al lado de una autopista, a 1 kilómetro de una villa miseria; nada puede pasarme, soy inexpugnable, las fuerzas que giran desatadas por la ciudad no entran aquí.

Por lo tanto, del *shopping* está ausente el principio de desorganización que marca lo urbano como adversario del principio de organización que también lo define: "La economía visual del capitalismo moderno ha levantado nuevas barreras ante la experiencia compleja en las calles de la ciudad".¹⁰ Frente a la disgregación peligrosa de fuerzas en la ciudad, el *shopping* hace creer que no tiene

nada que ver con ella, que todo lo que parece hostil e indeseable se convierte en amistoso y atractivo, como si los defectos y fallas de la ciudad (los que se le atribuyen, los que existen realmente, los que se imaginan, los que merodean el discurso de los medios hasta convertirse en sentido común, los que hacen víctimas) se invirtieran en el *shopping*, cuya disciplina no está erosionada por la deriva imprecisa y llena de sorpresas de las redes abiertas de la ciudad, sino que resulta de la guía tutelar del mercado. El *shopping* es una organización férrea que parece libre y algodonosa. La ciudad es una organización más suelta que parece funcionar hoy como si sólo lastimara con sus aristas y durezas. En este intercambio de cualidades reside el éxito del *shopping*.

El espacio está organizado racionalmente, sin que se admitan elementos ni intervenciones que afecten esa racionalidad. Esto es posible porque el espacio es, como se dijo, de uso público pero de gestión y propiedad privada; por lo tanto, un vendedor informal no puede establecerse, como en la calle, al lado de la vidriera interior de un negocio de *shopping*. La racionalidad mercantil se apoya en la propiedad privada de los espacios de circulación, cuyo orden queda garantizado como necesidad de esa ratio. El *shopping* es ordenado porque expulsa la idea misma de desorden y se opone así a la ciudad, cuyo espacio público, incluso en sus momentos y lugares de mayor ordenamiento, no puede condenar de manera instantánea el uso no previsto. En oposición a la casualidad que rige lo urbano, incluso lo urbano más planificado, el *shopping* expulsa la casualidad y junto con ella cualquier intervención fuera de programa. Este ordenamiento es lo que lo diferencia, para sus usuarios de manera positiva, de la posible irrupción de los avatares ineliminables de lo urbano. Modelo de un mercado ordenado, el *shopping* ofrece un modelo de sociabilidad ordenada entre 'iguales': sin interferencias de acontecimientos no programados, sin posibilidad de desplazamientos que se alejen de las rutas trazadas, sin usos perversos de la escenografía (no se admiten grafitis, ni obleas, ni esténciles, nada que resulte ajeno a la estética y la gráfica del *shopping*). En una ciudad donde prevalecen las sensaciones de incertidumbre, los recorridos previstos por el *shopping* liquidan esa sensación sin afectar la ilusión de

independencia y libertad (que es, por supuesto, falsa: en el *shopping* ni siquiera se puede tomar una cerveza en un lugar que no haya sido previsto para eso por su diseño).

Frente al desorden visual de la ciudad, el orden del *shopping* ofrece un espacio completamente bajo control a quienes padecen la entropía urbana porque su experiencia o sus prejuicios o sus gustos les indican que es peligrosa, desestabilizadora y fea. En el registro visual, el *shopping* comunica lo que garantiza en el registro práctico: acá no puede suceder nada que no haya sido previsto, no hay azar, tampoco hay novedad, excepto la de la rotación de las mercancías.

Si se experimenta a la ciudad como peligrosa, el *shopping* produce serenidad porque es muy fácil de conocer y sus cambios son también sencillos de descifrar (como la experiencia televisiva, la del *shopping* es casi instantánea y sin instrucciones). La ciudad presenta una proliferación de signos de naturalezas encontradas que se asocian, compiten, se anulan o entran en conflicto. Por definición, el *shopping* tiene que expulsar estas tramas espesas de signos, no puede estar cubierto de capas y capas de configuraciones significativas; su ideal es presentar una superficie sin profundidad oculta. En este aspecto, es un clásico artefacto posmoderno que se brinda por completo en sus superficies: pura decoración, escenografía que se representa a sí misma.

Por todas estas razones el *shopping* es extremadamente eficaz en términos de tiempo. Pero también es plástico. Se lo puede usar a toda velocidad o muy lentamente. Es compacto, ahorrativo, semiológicamente amigable, reduce el azar al mínimo, no ofrece alternativas sobre las que haya que emplear otros conocimientos que los que se adquieren en el uso programado.

Tiene una perfección desconocida en otros espacios del mercado (las calles comerciales o los agrupamientos a cielo abierto), porque ninguna situación es incontrolable, y ha sido diseñado teniendo como fin la expulsión de lo incontrolable. Ningún espacio público puede ofrecer ese funcionamiento sin obstáculos, porque la aparición del obstáculo, del imprevisto, de lo que no ha sido normado, es inevitable allí donde el mercado no gobierna completamente. Este funcionamiento sin residuos produce un bienestar.

Apenas se cruza el umbral del *shopping*, se abandona un espacio urbano que no se controla del todo para entrar en otro donde cualquier indeterminación ha sido expulsada por el programa. Fatigada de la indeterminación típica de lo urbano, la gente encuentra en el *shopping* un espacio extraurbano dentro de la ciudad o a sus costados. Hay que pensar qué es lo que la ciudad niega a sus habitantes para descubrir qué es lo que el *shopping* les ofrece como reemplazo. Incluso, últimamente, el *hall* de algún *shopping* puede convertirse en arena de simulacros de combate para grupos de adolescentes, como las veredas de la disco a las seis de la mañana. Pero el control del *shopping* es infinitamente más eficaz que el de la calle, que el de los violentos responsables de seguridad de una disco o la policía.

La mercancía como celebrity. El *shopping* trabaja en el mismo sentido que los medios de comunicación audiovisuales. Se va allí para ver y no necesariamente se experimenta la frustración de no poder alcanzar lo que se ve. Como si se tratara de la belleza de una *celebrity* o de un programa de recetas de cocina, lo que el *shopping* ofrece no obliga en cada ocasión a la compra, aunque ésta sea el objetivo común del *shopping* y de su visitante. Existe una especie de zona donde puede neutralizarse la frustración. El espectáculo de la abundancia de mercancías en muchos casos inaccesibles funda el atractivo probablemente menor de las mercancías en efecto compradas y las ennoblece. Al igual que la pantalla de televisión, la vidriera del *shopping* llama a la ensoñación y a la imaginación tanto como al disfrute material. Acumula lo que es deseable, no lo que es accesible a todos. Esa acumulación de deseabilidad es menos frustrante que el hecho de que no todos los objetos puedan ser efectivamente apropiados.

La imaginación es lo que importa, como en el caso de la belleza y la sensualidad de las *celebrities*. Todo lo que aparece en la vidriera del *shopping* es deseable sin que ese deseo deba culminar en cada caso con la posesión. Se fomenta la actividad del deseo dirigido, no la realización invariable del deseo. El negocio funciona de ese modo, porque una parte residual del deseo se cumple (las ventas se realizan) y se vuelve por más provocaciones al deseo.

La organización del *shopping* es una organización racional y regulada de los deseos. Debe conseguir que algunos se cumplan para asegurar el lucro, pero depende de que otros queden incumplidos para garantizar el regreso. Funciona así como los medios audiovisuales: muestran lo deseable sin prometer otra cosa que su incesante repetición. El *shopping*, como los medios, aunque en apariencia están movidos por el cambio, son cíclicos: despiertan y no satisfacen del todo, despiertan y no satisfacen del todo, y así sucesivamente en un *loop* del que depende el éxito mercantil y la satisfacción de quienes lo hacen posible.

El éxito del *shopping*, como el de la televisión, está movido por la familiaridad extrema que sus usuarios tienen con la máquina en la que se incluyen y cuyas normas siguen. Tanto como la televisión, el *shopping* permite el *zapping* dentro de un mapa férreamente construido. Son dispositivos que estimulan la sensación de la libertad de desplazamiento por la sencilla razón de que deben conservar dentro de ellos a todo el mundo. Pero, como la televisión, el *shopping* no produce incertidumbre material ni simbólica, porque su función es justamente proveer programas libres de incertidumbre, es decir, de manejo sencillo y con reglas claras.

Absorción. El *shopping* asimila, como una medusa gigantesca, todo lo que se encuentra dentro de sus límites o, incluso, cerca de ellos. Por eso es tan difícil mirar los murales que un *shopping* ha salvado de la destrucción, o la vieja arquitectura que otro *shopping* ocupa, después de haberla vaciado. La fuerza de las insignias del mercado es infinitamente superior a la del arte, que se miniaturiza hasta desaparecer cuando el *shopping* lo incluye como su pretexto cultural. Viejos silos portuarios, viejos mercados de abasto, viejas estaciones de trenes, incluso cárceles (como en el montevideano de Punta Carretas) o escuelas (como en Córdoba), viejas galerías de inspiración decimonónica: todas esas arquitecturas llenas de cualidades o de historia se aplanan como si sólo hubieran existido para proporcionar alguna decoración exótica al *shopping* que iba a ocuparlas.

Por otra parte, pocos van al *shopping* a mirar arquitectura o murales. Sólo algunos turistas y los chicos de las escuelas obligados por

sus maestros siguen el itinerario de ese seudoprograma que el *shopping* presentó como justificativo de su existencia, para lograr exenciones del código de edificación o descatalogaciones de edificios históricos. Un ejemplo de esto último es la rústica agresión perpetrada por el llamado "Museo de los Niños" y el parque de diversiones adyacente en el viejo Mercado de Abasto de Buenos Aires, cuyas bóvedas, que en su momento ofrecieron un argumento para conservar el edificio, fueron condenadas a la destrucción visual. Hay que ser un verdadero cazador de perspectivas para observar desde el interior del *shopping* algunas decenas de metros de bóveda que no estén interrumpidos por las adiciones más disparatadas. Lo horroroso de ese sector, un verdadero despojo de guerra transformado en patio de juegos y de comidas, debería recordarse cada vez que se dice salvar un edificio valioso instalando allí un centro comercial.

La capacidad de absorción del *shopping* es comparable a la de los medios audiovisuales que presentan todo, incluso lo que está más alejado de su estética o de su lógica, imponiendo a esos fragmentos extranjeros una pátina que los vuelve mediáticos, cualidad que no poseían antes de aparecer en una pantalla, donde todo lo que no fue televisión se transmuta, como si el mundo 'exterior' tuviera en su origen el destino de ser materia prima de una escenografía o de un relato. Aquello que viene del pasado se convierte en alimento de la actualidad inmediata, y su individualidad de obra o su cualidad de cosa construida desaparecen para convertirse en soporte neutralizado del mensaje mediático o del ensamblaje *shopping*. Las insignias del mercado son poderosas porque indican el presente de un modo en que las obras de arte o los edificios memorables, por su diseño o técnica, no pueden hacerlo. Lo que subsiste del pasado en el *shopping* es obliterado por la renovación de cada instante. Ni Berni ni Spilimbergo tienen la resonancia actual de las marcas del mercado; no están apoyados sino en su obra, que en el ámbito del *shopping* es un peso muerto, una suma de desconocimientos y malentendidos. Detrás de un banderín con el logo de una marca, el mural es un *memento mori* que dice a quienes no lo escuchan: "Estoy aquí, pero sé que no puedo ser visto; estoy aquí para no ser visto".

Como los medios audiovisuales, el *shopping* gobierna todos los elementos extraños (artísticos, por ejemplo) que incorpora o tolera porque no le queda más remedio o porque pueden agitarse como argumentos de prestigio. No tiene sentido lamentarse por el uso que hace de lo construido previamente en el predio que ocupa; tampoco se conseguirá mucho denunciando que, para conservar un mural, se lo vuelve invisible o, de modo más irreverente, con un gusto completamente pop, se lo combina con las insignias del mercado. El programa del *shoppings* es hegemónico por razones que son anteriores y más importantes que las que los conservacionistas pueden proporcionar a quienes reciclan viejas instalaciones o conservan antiguas obras en un marco nuevo. Es difícil contradecir este programa y aceptar el *shopping* al mismo tiempo, porque el *shopping es el programa*. La conservación de las obras de arte en un *shopping* puede servir sólo a fines de archivo. Están allí para quien vaya no simplemente a mirarlas o descubrirlas, sino a consultarlas.

No se trata simplemente de señalar los límites de este conservacionismo hipócrita, sino de resaltar la potencia de las fuerzas mercantiles que toman argumentos conservacionistas en el momento en que la obra no ha comenzado y los transgreden hasta volverlos una racionalización inútil cuando la obra avanza hacia su funcionamiento pleno. El *shopping* no necesita de esas racionalizaciones para construirse *ex novo* o utilizando un edificio histórico cuya estructura es considerada, por los expertos o por la opinión pública, valiosa. No rechaza 'decorados' preexistentes, sino que los regula según sus implacables normas visuales, porque, si no lo hiciera, pondría en peligro no sólo su propia coherencia estética sino la función del espacio que esa estética recubre.

El *shopping* supera siempre los restos artísticos o arquitectónicos colonizados, tanto si los desquicia como si los vuelve invisibles, ya que su finalidad no es conservar un fragmento valioso del pasado, sino incorporarlo a su espacio (si no puede prescindir de él), sujetándolo mediante un cambio radical de funciones: de oficinas portuarias a *mall* y patio de comidas, de mercado mayorista de alimentos a conjunto de negocios y entretenimientos, de puerto de pescadores a parque temático, etc. El cambio de función es crucial.

Así como gobierna la articulación de sus elementos edilicios y visuales, el *shopping* no impide algunas actividades que estaban ausentes de su programa inicial pero que se realizan allí porque no le son contrarias. Como paseo-de-compras, el objetivo principal es el segundo término, pero el primero debe definir el ambiente y su posibilidad de usos secundarios. Por eso, los grupos adolescentes pueden usarlo como lugar de encuentro habitual: chicos de 14 y 15 años que se caracterizan por usar pantalones angostos y por el afán de sacarse fotos con sus celulares para enviarlas de una punta a la otra del hall del *shopping* provocaron una especie de motín; esta pequeña tribu urbana será reemplazada por otra en cuanto caigan fuera de moda los pantalones con que se distingue. Pequeñas conmociones que le dan al *shopping* una especie de pálida imitación de la vida de calle, sin sus eventuales rebeliones fuertes. Un *shopping* que indicara usos y desplazamientos de modo demasiado evidente podría ser desobedecido, mientras que, guiados por la ficción de libertad y expresividad, lo obligatorio desaparece. De este modo el *shopping* asimila lo que no está previsto en sus objetivos principales mientras no se los contradiga (los paseos de adolescentes que se reúnen en el *shopping* no necesariamente a comprar, aunque también a comprar; la gente pobre que va los fines de semana a mirar mercancías inaccesibles; los viejos y los niños), como algunas cadenas de comida rápida incorporan combinaciones no previstas en el modelo inicial, para localizar la marca en una cultura alimentaria determinada. El éxito está en la plasticidad para plegarse a lo secundario mientras no se contradigan las leyes principales.

Es cierto que cualquier innovación no diseñada, cualquier práctica espontánea, cualquier persona o grupo que se sientan 'creativos' pueden desorganizar el espacio y sus usos. Como se vio, el *shopping* es antientrópico; sin embargo, para que no se convierta en un espacio demasiado reglamentado incluso para aquellos que dócilmente quieren huir del desorden urbano, deben autorizarse usos secundarios. Si se los persiguiera, el *shopping* mostraría un aspecto demasiado 'panóptico', la imagen agresiva de un mercado disciplinador. Para evitar la entropía, el *shopping* debe asegurar una cantidad de cualidades antientrópicas invisibles pero omnipresentes.

La fundamental es el orden y la disposición de los desechos, que no se realiza a intervalos determinados sino a lo largo de un ciclo completo e ininterrumpido: se limpia de la mañana a la noche, de modo que jamás sea posible tropezar con el rastro de un uso desagradable del espacio (a diferencia de las calles que, incluso en las ciudades más ordenadas, se limpian en horarios fijos, y sus desechos se retiran una o dos veces por semana o todas las noches: cuando menor es la periodicidad, mayor la suciedad). La limpieza incluye el control de los olores reconocibles como callejeros. El *shopping* los reprime cubriéndolos con otros olores que dan testimonio de la limpieza interior. El olor del *shopping* es la prueba de su limpieza, no su resultado. Si bien este tratamiento de los olores se perfecciona en las horas anteriores a la apertura, continúa durante todo el día. Entre todo lo que ofrece, el *shopping* reparte gratis diafanidad y transparencia entre gente que probablemente vive en departamentos oscuros, cuyas ventanas dan a calles ruidosas o a pozos de aire y luz donde se mezclan los sonidos y los olores. No es poco.

Claridad conceptual. Pese a los imprevistos y las funciones nuevas que el *shopping* digiere, las cualidades esenciales deben mantenerse intactas durante catorce o quince horas, como en una nave interplanetaria donde la vida de sus tripulantes depende de ellas. En efecto, la limpieza del *shopping* tiene algo de escenario de ciencia ficción, también evocado por su claridad, la nitidez con que las cosas deben verse, el ordenamiento de las materias y la disposición de los diferentes espacios, las particiones, la planta abierta pero al mismo tiempo dividida en porciones que se vuelven accesibles a medida que se avanza. La perspectiva es de proximidad y segmentada, pero las particiones no oponen obstáculos al tránsito sino que cumplen el papel de estaciones de transferencia (de una escalera a un quiosco, de un pasillo a un mostrador). Así se diferencia el *shopping* de los *grands magasins*, donde no hay particiones internas, excepto las que son elementos de la arquitectura del edificio; los *grands magasins* no se parecen unos a otros (quien conoce las Galleries La Fayette no conoce Macy's, quien conoce KaDeWe no conoce Harrods). El *grand magasin* perteneció a la era del capitalismo mercantil, localizado. El *shopping*, a la era del capitalismo global y expansivo.

El *grand magasin* es vertiginoso, literalmente da vértigo cuando las galerías de todos los pisos dan a un mismo hall central, como en las Galleries La Fayette de Jean Nouvel en Berlín o el histórico edificio de Chicago de Macy's, con cúpula de Tiffany. El *shopping* nunca es vertiginoso. Si lo fuera, atentaría contra su ordenamiento, que debe brindarse al conocimiento inmediato de sus usuarios. Podría pensarse que el *shopping* es el perfeccionamiento del *grand magasin*, mediante la corrección de sus 'defectos' de uso. Pero más bien parecen disposiciones espaciales diferentes cuya comparación es inevitablemente superficial, como también es superficial la comparación del *shopping* con las galerías del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX.

Si con algo hubiera que comparar su claridad, su racionalidad, sería con el supermercado. Son contemporáneos y tienen las mismas cualidades: eficiencia en el uso que deja pocos espacios residuales; apertura a recorridos que den la impresión de libres elecciones mercantiles y espaciales; claridad de los señalamientos, con signos e índices bien legibles de modo que el cliente de un supermercado o un *shopping* pueda usar otro sin dificultades, aunque se encuentre lejos, incluso en una ciudad diferente (o sobre todo en una ciudad diferente); definición de los perfumes, los sonidos y las luces a fin de evitar la injerencia de olores, sombras, penumbras o ruidos no contemplados por el programa. Y, sobre todo, la repetición: "La abundancia puede ser opresiva o euforizante, pero la repetición es siempre estética y el efecto que produce es misterioso".¹¹

Cientes expertos. La claridad conceptual del *shopping* (como la del supermercado) nos vuelve a todos expertos en consumo. Por sí sola la publicidad no habría producido este efecto, porque se trata de un saber práctico que incluye orientaciones espaciales y un repertorio de sensaciones familiares. El consumo real (no el que se produce por Internet) necesita espacios, que cambian con la historia. La máquina más perfecta para el logro de sus fines es la que hoy ha alcanzado la hegemonía y se propone como modelo incluso a espacios localizados que ni por sus dimensiones ni por sus posibilidades de variación pueden ser verdaderos supermercados o verdaderos *shoppings*. El *shopping* entrena a la mayor cantidad posible de gente

para que esté en condiciones de moverse dentro de su diseño: una ampliación de los saberes del consumidor que se alcanza a través de funcionamientos accesibles, perfeccionados sin interrupción.

Los chicos y los adolescentes saben moverse allí velozmente porque no conservan recuerdos de otras formas anteriores de consumo ni han tenido otras experiencias más deseables o por las que puedan sentir nostalgia. Conocen como primera forma hegemónica de consumo la del *shopping*, y no están obligados a extrañar una caída en desuso de otras costumbres, ni a olvidarlas para adquirir otras. El *shopping* es, además, una comunidad joven porque sus trabajadores están preparados para entender la mecánica de la exhibición y la venta que ya han practicado como consumidores reales o imaginarios. Con sus clientes jóvenes, los vendedores del *shopping* comparten un mundo: se identifican directamente, lo que no sucedía en los *grands magasins* (donde las envidias y las diferencias eran conflictivas) ni sucede en las tiendas de las marcas más caras, que son generalmente extra *shopping*.

El *shopping* es un paraíso de capas medias, donde centenares trabajan y otros consumen pero a todos los une la ilusión de que podrían intercambiar sus puestos en cualquier momento (ilusión que sería descabellada en una vendedora de Cartier, de Kenzo o de Armani). A esas capas medias se dirigen los mensajes institucionales. Por ejemplo, "220 marcas quieren entrar en tu historia" es la consigna publicitaria del *shopping* Abasto, con la que apoya la idea de la identificación por el logo (la historia de alguien contada a través de logos, como si se tratara de un deportista y sus *sponsors*, un maravilloso invento de la imaginación distorsionante).

El *shopping* es un *Neverland* de jóvenes donde circulan todas las edades, una fantasía infantil de la abundancia que parece al alcance de la mano porque está al alcance de la vista. Es una fiesta óptica y socialmente expansiva. Incluso los viejos, al estar masivamente retirados del consumo excepto por intermediación de los jóvenes, se asocian a ellos, sobre todo porque el *shopping* no los expone a una humillante retirada con las manos vacías, ya que simplemente han ido a mirar. En estos dos extremos generacionales, una vez que la disciplina del *shopping* los capta, queda encerrado el resto del mundo.

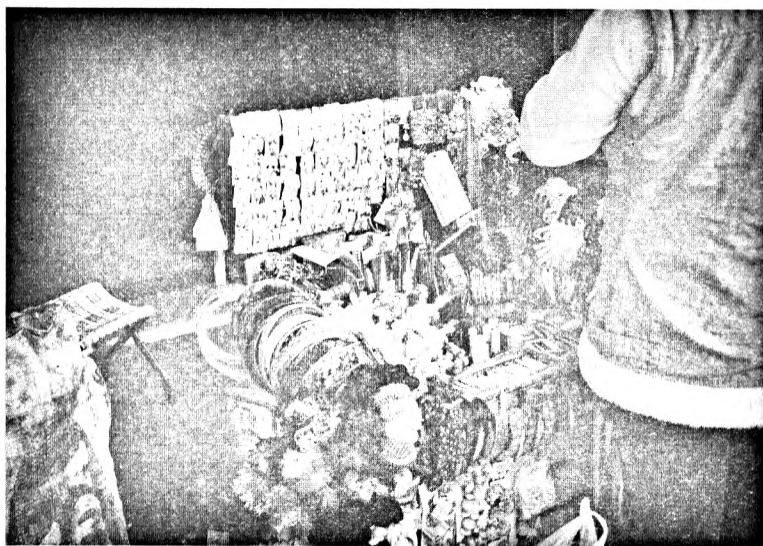
Sólo permanecen afuera los grupos de elite cultural, económica, los 'innovadores', los 'originales', los dedicados a las actividades comunicativas, de diseño, etc., que adoran la remera *vintage* comprada en un negocio de ropa vieja pero no la comprarían nueva en el gran local de una cadena de tiendas ubicada en un *shopping*. Estos grupos son los que pasean por los negocios en zonas comerciales a cielo abierto que, en algunas ciudades, se ubican cerca de los restaurantes que componen patios de comida también a cielo abierto; ejemplo porteño: los diversos Palermos.

Y también quedan afuera los muy pobres, ese oscuro anillo exterior.

II. AMBULANTES

Santiago de Compostela. Los jueves por la mañana las mujeres llegan desde sus aldeas a vender verduras en el mercado de Santiago de Compostela. Todas, o casi todas, son viejas. Se sientan en banquitos enanos y charlan con sus clientas, que también son viejas. En las canastas no hay un solo tomate que sea igual a otro; todos tienen alguna marca, un punto negro o un lunar más claro; mazos de grelos todavía húmedos y coles pequeñas e imperfectas, como cabezas de niño. Cada una de estas mujeres tiene una relación directa con el producto que trae al mercado; viven cerca de Santiago y cerca de esas verduras, en un espacio que todavía hoy conserva algo de arcaico. Seguramente son las últimas que venden verduras orgánicas sin decorarlas con ese adjetivo hiperbólico, mitad técnico y mitad estético, propio de un vocabulario sobre *lifestyles*.

Cifras. Según un relevamiento de la Federación de Comercio e Industria local, en 2007 había 4.057 puestos de ambulantes en la ciudad de Buenos Aires, un 17,4 por ciento más que el año anterior. En Parque Centenario los puestos serían 1.200; en Costanera Sur, 412 (la mayoría venden comida); en Parque Lezama, 600; en Parque Saavedra, 300; en la zona de Once, 177. "Los rubros que



más se comercializan son anteojos de sol, música en CD, películas en DVD, calculadoras, relojes y pilas. También se ve muy a menudo indumentaria y lencería, y otros rubros como accesorios de telefonía, juguetería y productos para el turismo.”¹² La foto que ilustra la nota periodística que ofrece estos datos fue tomada en la vereda del Concejo Deliberante: un puesto de ropa y, más atrás, dos tablas verticales con collares y anillitos. El espacio público como mercado de los informales.

San Telmo. Carta de V. L.

Estuve contratada por la Municipalidad pero no me pagan desde abril. El domingo pasado armé en la calle, en Defensa entre México y Venezuela, barrio de San Telmo. Tengo un pasado de feriante, pero nunca antes tiré un paño en el piso como esta vez. Tuve (tuvimos) que ir muy temprano, llegué a las 5.30 porque a las 7 ya está todo lleno. Brasileños flacos cargando a sus hijos, gente con pocos dientes y cara de hambre, gente mayor,

gente con problemas físicos; tuve que hacer un esfuerzo grande para no ponerme a llorar ahí mismo, junto a mis compañeros excluidos del sistema. De día la cosa mejora, se escuchan los instrumentos de percusión que se venden en la otra cuadra y suenan realmente bien. Una consigue el diario, se sienta en un banquito plegable y pide un cortado a un señor que pasa con su carrito. La vida tal vez no sea tan dura, después de todo. Sólo es cuestión de expandir los límites de la comodidad, que si una puede hacer esto, qué no va a poder hacer luego. Gracias Chopra, Dyer y demás amigos entre sí, ya que no de una. Armamos literalmente en la calle, sobre el asfalto. Igualmente hasta las 9 sólo se marca territorio. Ése es el motivo de llegar tan temprano, porque recién a esa hora Defensa se hace peatonal. Igualmente algunos kamikazes arman antes, hay colectiveros respetuosos o pacientes que pasan despacio entre los "puestos" y otros malhumorados cuyo lenguaje implícito es "váyanse a joder a otro lado, manga de vagos", y sin reducir la velocidad arrollan paños y mercadería. Hay que verlo. Estuve hasta las 18 para vender 10 pesos, el remise me salió 17, calcule la ganancia. A última hora me fijé en una chica joven, española, que hacía malabares con tres pelotas naranjas y también con clavos. Tenía mucha gracia, detenía una pelota sobre la punta de los dedos y la hacía caminar por el brazo o la arrojaba a su espalda y la recuperaba de frente con la otra mano. Tenía puestas unas simples ojotas de cuero, pollera roja y musculosa blanca. Le estaba enseñando a un muchacho de pelo largo y ojos ilusionados, no sé si por la promesa de su futura maestría o por ella. Perdido por perdido me acerqué yo también en busca de la magia, y estuve practicando. Quise llevarme algo más que la frustración de un día de ventas perdido. Pensé en decirle a María que se elija un par de aros para ella, pero intuí que no necesitaba nada más que su despojada gracia para sentirse plena.

Esto me escribió V. L.¹³ Colectivos “arrollando” las alfombritas con artesanías, pulseritas y anillos, como en una estampida: el otro lado de la línea interminable de ambulantes en las calles de la ciudad, que repiten sus chucherías, ordenándolas a medida que el paso del tiempo y de la gente las tuerce o las saca de su disposición inicial, como si la disciplina del ambulante fuera la de un obsesivo de la geometría. La chica que hacía malabares parece Nastassja Kinski en *Movimiento falso* de Wim Wenders, y recuerda, por supuesto, al célebre bailarín con quien dialoga von Kleist. El escritor le pregunta por qué lo ha visto tantas veces, y tan concentrado, frente al teatro de marionetas. El bailarín le explica que “todo movimiento tiene su centro de gravedad”, desde donde una línea “misteriosa” se proyecta hacia la Tierra, y ése es el camino “que sigue el alma del bailarín”: en el caso de las marionetas, la mano del maestro que las mueve es un punto superior de esa línea respecto de la cual la marioneta cae, siguiendo su centro; librados a las fuerzas de esta caída, sus miembros se mueven inconscientemente y en armonía. La gracia es el efecto negativo de este abandono de la marioneta a su inconsciencia.¹⁴

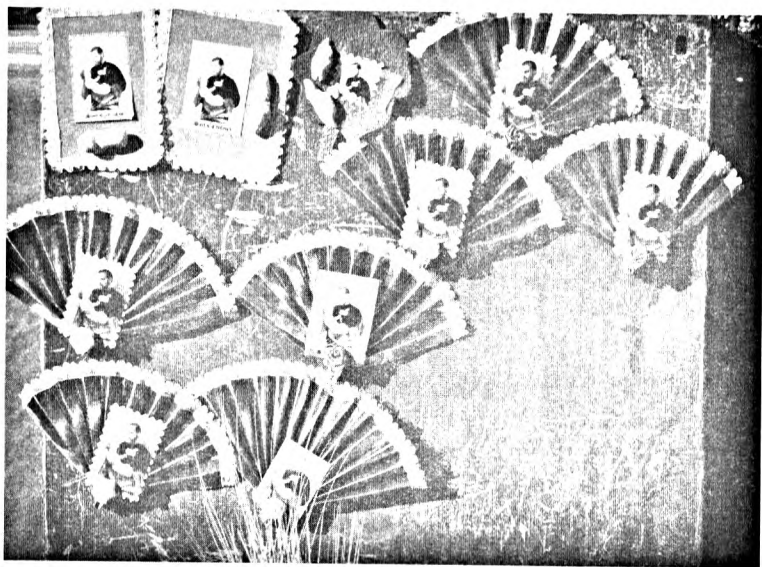
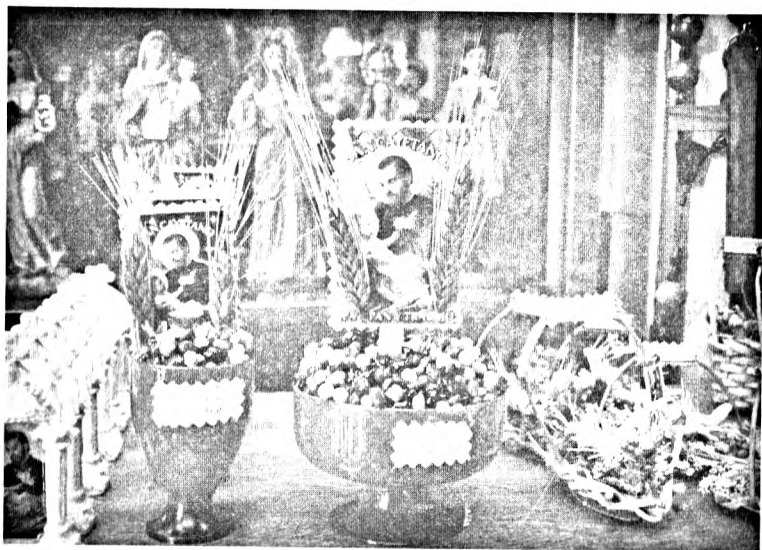
Las marionetas que miraba el actor interrogado por von Kleist también fueron presencias irregulares pero habituales en las calles. Ambulantes y objetos son inseparables de la ciudad a la que decoran con estilos que no han sido decididos por nadie; intervenciones que irritan el orden de la ciudad y que seguirán allí por dos razones: hay gente en la calle y hay gente que *sólo* puede vender en la calle.

Liniers. Fotografía. Las carpas de los ambulantes están armadas sobre las alcantarillas de las calles que rodean la iglesia de San Cayetano. Una guarda de objetos acompaña a los fieles y, para decirlo con una frase hecha pero verdadera, les endulza la espera. No son una distracción comercial ajena a las devociones, sino que permiten recordar ese momento durante el resto del año: la piedra que se trae del camino recorrido en peregrinación hacia el lugar sagrado.



En los mostradores de los ambulantes que rodean la iglesia, la exuberancia proviene de cada pieza y del conjunto intrincado que forman al amontonarse. Como esas casitas alpinas de tejas encerradas en una bola de cristal sobre las que cae nieve si se las agita, los *souvenirs* santos son alegres, hogareños, familiares. Adornos para poner sobre una repisa, una vez que se los ha retirado de la exhibición en la calle, donde forman un conjunto colorido y un poco bizarro. Ojos de cristal plásticos habitados por el santo, la Virgen o Jesucristo: en la calle todo, hasta un pisapapeles de San Cayetano-con-niño, muestra su lado escenográfico. La calle es espectáculo aun para los objetos más banales.

En las esquinas, montones de tachos carcomidos por el fuego encierran restos del carbón que se encendió de noche para cortar el frío. Dentro de las carpas, pilas de mantas, mochilas, abrigos, trapos, cacerolas, bidones, termos. Es una peregrinación estática, que no avanza junto con los fieles; desde el principio ocupa el mismo lugar. La doble línea de fieles y de puestos de venta parece un largo mural de cortejo religioso que remata en el atrio.





En agosto, para las fiestas de San Cayetano, debajo de los mostradores callejeros, los vendedores acampan. Un chico duerme; la combinación de colores de su refugio es espléndida, y la masa de pelo lacio castaño claro que emerge de la manta le da una especie de estilo publicitario. *Advertising* espontáneo, como si todo fuera producido siguiendo un estilo, aunque sea la mirada la que atribuye estilo a algo que fue dispuesto por la casualidad. La manta roja tiene una textura lineal geométrica, que sólo se percibe desde muy cerca; la manta amarilla es más esponjosa y blanda; la manta a cuadros, convencional. En realidad, la roja y la amarilla no son mantas sino piezas de tela, paños de una cortina, quién sabe. Sujetas a los parantes de hierro del puesto, colgando de ellos, las dos piezas han sido colocadas como si se tratara de una española. Sin embargo, es imposible que haya existido esa deliberación previa. Se descubre una intención decorativa donde sólo operó el azar: en el encuentro imprevisto de dos rectángulos de tela sobre los que, como en una hamaca paraguaya, un chico duerme en la calle, a pleno día, debajo del puesto donde se venden chucherías religiosas, en las cercanías de una iglesia.



El hecho de que la combinación de las telas sea la de la bandera española agrega algo: una especie de absurda gitanería, aunque se sabe que los gitanos no tienen esa bandera; algo de lo ambulante del toreo y de la danza, una especie de mito Hollywood o mito Merimée de España. Lo cierto es que al ver el rojo y el amarillo pegados uno con el otro es difícil desechar la evocación de una bandera. Prueba de que cualquier cosa queda librada a una significación invasora que captura todo: los colores, las texturas, su combinación colgante y a la vez flotante en el espacio.

La fotografía oculta una parte de su argumento, como suele pasar. Del durmiente se ve sólo la mata de pelo y no se sabe si tiene 8 o 12 años; si trabajó durante algunas horas en ese puesto o simplemente acompañó a alguien. A lo mejor está durmiendo una siesta después de pasar toda una noche despierto, atento a los clientes que salen de la cola formada a cuadras de la iglesia. Duerme porque está cansado o aburrido, enredado entre unas mantas a cuadros rojos y amarillos. Si estuviera en una casa, se diría de ese chico que ha estado jugando con las

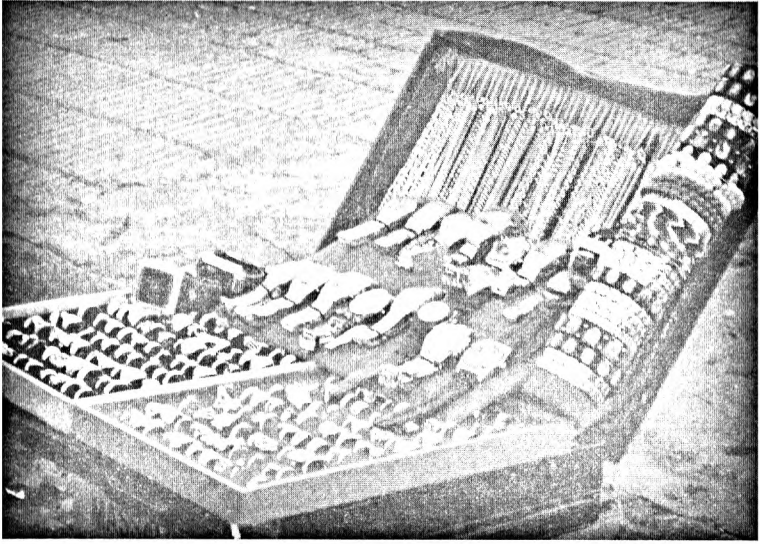
mantas, armando una carpa o un refugio de exploradores. Pero está en la calle.

¿Cuál es la historia? Y, en todo caso, ¿por qué interesarse por esa historia si no es siquiera una historia? No es posible suspender acá el sentido; en las cuadras y cuadras de ambulantes todo puede parecer indiferenciado e indiferente. Sin embargo, algunos recortes, como el de esta foto, producen la intromisión no buscada de un sentido que debería estar pero que tampoco está del todo.

Hay, entre los ambulantes, una señora que cose gorros y una tarotista: sincretismo de la festividad católica que se encuentra con el *new age* y sus recursos milenarios de adivinación. La religión popular, callejera, no es dogmática.

Clasificación. Lo industrial. Una montaña de porquerías circula de mano en mano: falsificaciones, imitaciones, chucherías, partidas robadas, contrabando. Quienes venden y quienes compran están más o menos nivelados en sus consumos, remachados por sus límites económicos. Las mercancías de los ambulantes, que ocupan centenares de metros en Corrientes, Florida, Rivadavia, alrededor de las estaciones de tren, de los nudos de transporte vial y las veredas de zonas comerciales de muchos barrios, se dividen en dos clases.

La primera (industrial) es vendida a través de ambulantes organizados por mayoristas, con puestos atendidos por empleados que frecuentemente reciben, a medio día, raciones de comida llegadas desde afuera de la zona ocupada. Estos ambulantes son quienes defienden el "derecho a trabajar" en la calle, en condiciones de debilidad, ya que los mayoristas se ubican fuera de las disposiciones legales del comercio al aire libre y cometen todas las infracciones, comenzando por las que soporta la propia red de sus empleados. La vigilancia de los puestos está relativamente tecnificada: por celular y por *handy* transmiten avisos cuando la policía se acerca, periódicamente, para desalojarlos por contravenciones varias, entre ellas la carencia de habilitación en regla. La historia es bien conocida y forma parte del capítulo del comercio en negro que tiene sus cimas hiperconcentradas en ferias establecidas bajo techo como La Salada, sobre el límite de la ciudad de Buenos Aires, y las diversas Saladitas.



Venden ropa y objetos industriales, chatarra nacional o importada, que, a su vez, se divide en tres tipos: los 'útiles', que se ofrecen más baratos que en los comercios (o esto suponen los clientes y preguntan los vendedores), como pilas, lapiceras, linternas, destornilladores, baterías, anteojos, despertadores, encendedores, fundas para teléfono, medias, gorros, guantes de medida universal, buzos, pantalones deportivos, ropa interior, perfumes, etc. Los objetos industriales 'inútiles', que agregan un toque estético a la vida de quien los adquiere: adornitos, animales de peluche, cuadritos. Estos objetos interesan fundamentalmente a los sectores de bajos recursos, y no ofrecen ninguna cualidad de pintoresquismo social ni urbano. Son la polución de lo peor que vomitan fábricas que, según denuncias continuadas, también operan en la ilegalidad o en sus proximidades. El tercer tipo de objeto son los de entretenimiento: juguetes a pila, CD y DVD truchos de música, juegos y películas que interesan a casi todo el mundo, como todo el mundo es potencial cliente de buenas falsificaciones de ropa deportiva con el logo de marca.

En *El carrito de Eneas*, con la precisión material que la poesía puede alcanzar mejor que los inventarios académicos, Daniel

Samoilovich describe la feria de ambulantes establecidos en la estación Retiro, cercana a la entrada del Ferrocarril Belgrano y paso inevitable para llegar a la terminal de ómnibus de Buenos Aires. Vulcano, forjador de escudos, yelmos y lanzas para los héroes de la mitología mediterránea clásica, ha forjado para Eneas (hijo de Troya en la *Ilíada* y cartonero de Buenos Aires en este poema) un carrito donde se representan los objetos que circulan en el zócalo de ambulantes establecidos en la zona baja del transporte urbano que rodea las estaciones ferroviarias. La exaltación del cartonero Eneas desborda sobre los objetos de su mundo. Forjado y decorado por el dios, su carrito ostenta en sus barrales y travesaños la multiplicación caótica de los objetos industriales:

Vulcano ha grabado en el barral izquierdo,
 con gran arte y contento, una legión
 de tenderetes obviamente ilegales
 mas no por ello menos coloridos:
 todo el comercio y la quincallería
 del oriente más lejano y tramposiento, las radios
 que te despiertan en la madrugada
 con noticias falsas y siniestras, las pilas más vencidas,
 las biromes que han de estallar en tus bolsillos
 llenándolos de una brea azul, imborrable como el odio,
 los paraguas que, como memento
 de nuestro único paso por la tierra, han de abrirse
 sólo una vez, las medias corredizas
 como nudos de horca, los pañuelos
 que han de rasparte la nariz hasta que luzca roja
 cual faro del infierno, las más impúdicas bombachas,
 las artesanías más cretinas, dos abuelos
 que sonrían dulcemente, cada uno al cabo
 de un cable enrutado de teléfono, ese rompenueces
 con que alguno ha de quebrar el cuello de su novia,
 las tramontinas con dientes especiales
 para matarse en una tarde de domingo,
 las calculadoras para contar lo infinito de tus deudas,

las pelotitas que rebotan hasta el cielo azul celeste,
 revistas de crucigramas ya resueltos,
 remeras distinguidas con el más triste de los cocodrilos,
 lupas, a ver si encuentras todavía
 el tamaño de tu hombría, adaptadores
 de dos patas a tres agujeros, de tres patas a dos agujeros,
 de un sola pata
 a una población entera de agujeros negros,
 camisetas de tu equipo preferido, cualquiera que fuera,
 y cualesquiera hubieran sido las alegrías o tristezas
 que en otro tiempo te hubiera procurado;
 y, más, Marforio, más, pavas, sartenes, chanclos, zapatillas,
 y relojes, relojes, relojes
 que al unísono marcan las horas que te huyen,
 los horas que te quedan: todas, Marforio, hieren,
 la postrera mata; aquí está todo lo que esquifes y camellos
 trajeron a través de la porosa frontera
 o se cayó de los camiones que, bravíos,
 surcan las rutas de la patria,
 de los autobuses aligerados al pasar por la villa 31,
 toda la variedad de la humana industria
 está aquí desplegada sobre alfombras,
 sobre trapos, frazadas, caballetes
 cuyas patitas flacas apenas soportan
 esta ingente, riquísima carga.¹⁵

La descripción de la obra de Vulcano sobre el barral del carrito
 vira de épica a cómica, como también viraron a lo cómico las gue-
 rras heroicas en las parodias, pero se cumplen las reglas: a cada
 sustantivo su atribución adjetiva condensada o expandida. Samoi-
 lovich revela el alma de las mercancías sin alma ni diseño. Las atri-
 buciones que acompañan los objetos inventariados ponen de ma-
 nifiesto que ellos, anónimos e insatisfactorios, adquieren una
 amenazadora dimensión subjetiva, que no llega a ser terrible
 porque es cómica. Contra la estandarización que transforma a
 esos objetos en miembros indistinguibles de una serie, Samoilovich
 los somete a una especie de crecimiento fantástico.

Si se pasa por alto esta dimensión subjetiva, podría pensarse que los objetos se adquieren sólo porque su baja calidad y su presencia habitual fuera de la legalidad del mercado los vuelven baratos y los colocan cerca de sus futuros propietarios. Esto es cierto y funciona como razón objetiva mayor, ya que los ambulantes venden las mercancías de los pobres. Pero esta conclusión estrecha, e inevitable desde el punto de vista económico, pasa por alto el plus de sentido que esos objetos agregan a la estricta necesidad. Las atribuciones de Samoilovich ubican las cosas bajo la luz de la imaginación. Se personalizan tanto como se deforman, se rompen y fallan. En todas las mercancías hay una potencialidad fantasmagórica, onírica, de uso desviado, de irrupción no deseada en la vida, y ello las vuelve extrañas por un camino tan avieso como su pésima calidad material. Son parte del mundo que conocen los pobres: crónica roja, malas noticias, aparatos que funcionan a medias, diseños que van en contra de lo que el objeto promete, instrumentos peligrosos que tienden a descomponerse o desarmarse.

Clasificación. Lo artesanal

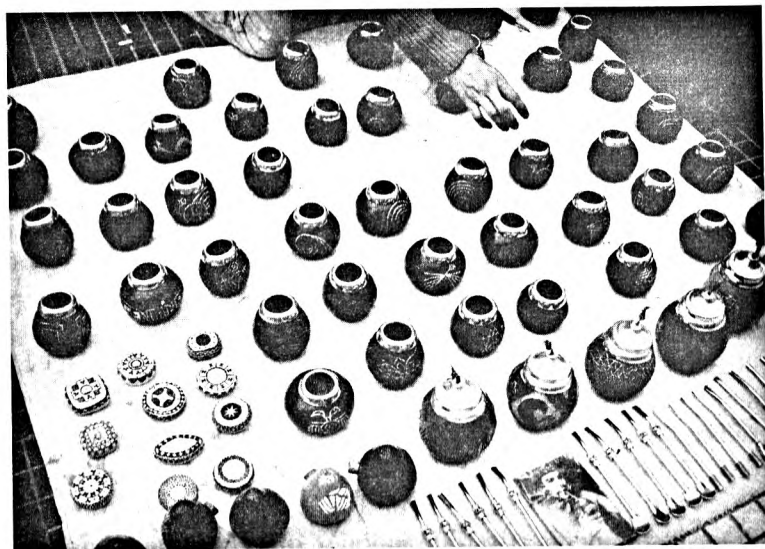
La revista *Elle* (verdadero tesoro de mitologías) nos ofrece casi todas las semanas una hermosa fotografía en colores de un plato armado: perdices doradas con cerezas, *chaud-froid* de pollo rosáceo, timbal de langosta rodeado de caparazones rojas, *charlotte* cremosa embellecida con dibujos de frutas brillantadas, vainillas multicolores, etc. En esta cocina, la categoría sustancial dominante es la cobertura: el ingenio se empeña en glasear las superficies, en curvarlas y esconder lo comestible bajo el sedimento liso de las salsas, cremas, *fondants* y gelatinas. Esto se relaciona evidentemente con la finalidad misma de la cobertura, que es de orden visual, y la cocina de *Elle* es pura cocina de la vista, que es un sentido distinguido.¹⁶

La cocina que describe Barthes (platos de afiche, para ser fotografiados) se dirige a “un público verdaderamente popular” y es una “cocina mágica”. Medio siglo después, la cita de Barthes vuelve a la memoria cuando se miran los objetos inútiles de los artesanos y pseudoartesanos callejeros. Si los industriales fueron la primera clase analizada, éstos pertenecen a la segunda: objetos hechos a mano o que lo simulan.

Las alfombras están cubiertas por una geometría de “platos armados” que tienen productores, intermediarios y un mercado, fabricación, oferta y demanda. Mates burilados o decorados a fuego, con incrustaciones barrocas y bordes de chapa repujada; hebillas, cinturones, ojotas y billeteras de cuero grabados a punzón; collaritos y pulseritas de cuentas, monederos bordados, carteritas y prendedores; velas e incienso, portavelas, marcos, lámparas, cajas y recipientes de todo tipo grabados, pintados, con tapa, sin tapa, con incrustaciones y apliques, que se ajustan siempre a un estilo retro-hippie-folk. Lo recargado, lo deforme y lo irregular evocan lo ‘hecho a mano’.

Los centenares de metros de alfombras cubiertas por estos objetos tienen una apariencia pintoresca y los turistas, así como muchos habitantes de la ciudad, se detienen porque descubren allí la sombra del color local y de una autenticidad que se ha desvanecido (desvanecida, por supuesto, también en estos objetos). Muchos vendedores producen sus mercancías delante de quienes pueden ser sus clientes, para aprovechar el tiempo, sin duda, pero también para darle un aura de autenticidad a lo que venden. Como sea, salvo que se vea que el objeto sale de las manos del artesano, los cruces entre las categorías son habituales: industrial que imita la imperfección del artesano; o soporte seriado, adquirido en los comercios de ‘manualidades’, sobre el que se imprimen rasgos individuales de terminación.

Recipientes redondos de vidrio imitación vitral; miniaturas hechas de falsos fragmentos de vidrio coloreado con falsas uniones de una materia que recuerda el hierro o el bronce (todo comprado en esos negocios de ‘hágalo usted mismo’, donde hay estatuas blancas de yeso para colorear, pegamentos y el taller entero de los programas de televisión que enseñan *bric-à-brac*). Todos





remiten a una técnica del pasado aplicada a materiales actuales que permiten evocar lejanamente el efecto sin conocer de verdad el secreto del oficio. Esas esferas de colores pegados al azar o, peor aún, buscando algún concierto cromático pueden servir para los sahumeros o velas que se venden en la alfombrita de al lado, o para guardar anillitos, collaritos y monedas para el colectivo. Nadie las necesita y, sin embargo, se producen y se compran como un agregado estético a la función de perfumar un cuarto u ordenar pequeñas piezas para que no queden despararramadas. Son la decoración que no proporciona un platito blanco sobre el que también se puede apoyar una vela, o un cuenco de acero donde también pueden depositarse monedas. Esta poesía accesible y trivial rodea objetos un poco innecesarios, feos muchas veces, cansadores después de un tiempo, siempre entre comillas.

Los que compran las esferitas de vitrales falsos adquieren una especie de marca estética para la decoración de la vida cotidiana; las coberturas de los objetos de vidrio redondos o los sahumeros con forma de *sampang* o las tiras de cuero sobre las que está pegado un portavelas ridículamente chico agregan una capa de

decoración a lo cotidiano. Ese suplemento no mimético ni funcional ofrece una abundancia que desborda los límites a veces muy estrechos de una fantasía que no puede flotar más libremente. Como el deseo, las bolitas de falso vitral no se adaptan bien a nada; son bárbaras en un sentido profundo y verdadero, ilegales según las normas del gusto.

Son, invocando a Bataille, *potlach*, puro gasto desmesurado si se lo mide respecto de los fines que alcanza o las utilidades que ofrece en términos materiales. El *potlach* es derroche y obliga al derroche, porque no se puede responder al *potlach* con mesura sino superando la apuesta: gasto/más gasto/más gasto, incluso hasta la ruina. El *potlach* tiene mucho de incendiario. La aventura de un uso sin cálculo de los recursos: sobreadornado, sobreabierto, glaseado, coloreado. Uso infantil, erótico, perverso.

Las esferas de vidrio son mercancías que se burlan de la razón instrumental, escapan a cualquier orden estético (ni culto, ni popular, ni artesanal verdadero, ni folk, ni pop). Son desnuda actividad de artesanos que no saben hacer otra cosa para compradores que no pueden comprar otra cosa. Pero este no poder no es simplemente un hueco, ni una carencia, ni una privación lisa y llana. Cuando conversan los vendedores y los compradores, es evidente que se ofrecen un momento de entendimiento verdadero: unos muestran los objetos como si fueran piezas individuales, marcadas por cierta originalidad, los otros los examinan. Se trata de una ilusión indispensable que une a vendedores y compradores en una fugaz autenticidad, donde quien ocupa el lugar del artesano permite que sus mercancías sean examinadas por el futuro cliente con ojo crítico y curiosidad. Al artesano se le pregunta, a veces, si no puede reproducir justamente la forma de ese objeto pero utilizando otros colores; se le pide un objeto a la medida del deseo de su potencial comprador, se le sugieren cambios. El artesano responde señalando detalles especiales del objeto que ofrece, calibrando el tiempo que ha llegado a invertir en producirlo, introduciendo someramente a su cliente en las dificultades encontradas.

En un mundo de objetos idénticos fabricados por máquinas, las esferitas de vidrio (que son todas iguales ante los ojos de quienes no se interesan en ellas) tienen irregularidades que prueban su

singularidad para quien va a comprarlas como 'artesanía', es decir, como objeto que lleva la marca de una mano.

Las esferas de vidrio tienen un costado 'lindo', pero también un costado 'monstruoso'. La abundancia decorativa indispensable para que sean lo que son se adhiere formando una capa (la "cobertura" de la cocina de *Elle*) que, como un ácido (es decir, lo contrario de una crema o un glaseado), ha disuelto lo que estaba abajo: no hay nada, son objetos-cobertura, cobertura sin fondo, decoración absoluta que, como un *fondant* gelatinoso de película de ciencia ficción clase B, carcome todo lo que toca hasta hacerlo desaparecer. La decoración es lava sobre estos objetos, y ellos son excesivas flores de lava.

Están también las artesanías 'mixtas'. Es decir, las que tienen un soporte industrial sobre el cual se ha aplicado una dosis mínima de trabajo manual. Por ejemplo, botellas de cerveza cortadas por la mitad y convertidas en vasos o floreros. Estas intervenciones manuales en el mundo de los objetos idénticos provenientes de la industria establecen una tensión entre el soporte material originario y la idea artesanal de trabajar sobre él para personalizarlo. Se convierten así en objetos anfibios, que provienen de un mundo (la industria cervecera) y persisten en otro (el hogar, donde en vez de ir a la basura, como las botellas vacías, lucen sobre una repisa).

Otro grupo de objetos no se define sólo por su modo de producción. De origen industrial, han sido diseñados para responder a estados particulares de la vida, masivos pero cargados de subjetividad. Son también objetos anfibios porque vienen de la industria, pero se convierten en soporte de una intensa devoción personal y, al mismo tiempo, inevitablemente colectiva: deportiva, musical, política o religiosa. Abundan alrededor de los estadios y en los santuarios.

Autodefensa del artesano. El gobierno de la ciudad, de tanto en tanto, quiere sacarlos de las calles. Para defender su derecho a trabajar en ellas, los artesanos ambulantes escribieron estos carteles, expuestos en Florida en agosto de 2008, que, como casi todo lo que hoy se defiende, sostienen el argumento cultural y de identidad, con un no muy sorprendente retorno de lo aurático:

Artesanía en la calle es parte de una identidad cultural, vehículo de expresión que sale afuera y no se encierra.

Hecho con las manos, el objeto artesanal guarda impresas las huellas originales del que lo hizo y son una señal: la cicatriz casi borrada que conmemora la fraternidad de los hombres.

Libros. No son característicos del mercado ambulante, sino de los clásicos puestos establecidos en plazas y paseos. Sin embargo existen vendedores móviles, que operan en los medios de transporte. Mencionaría dos grupos.

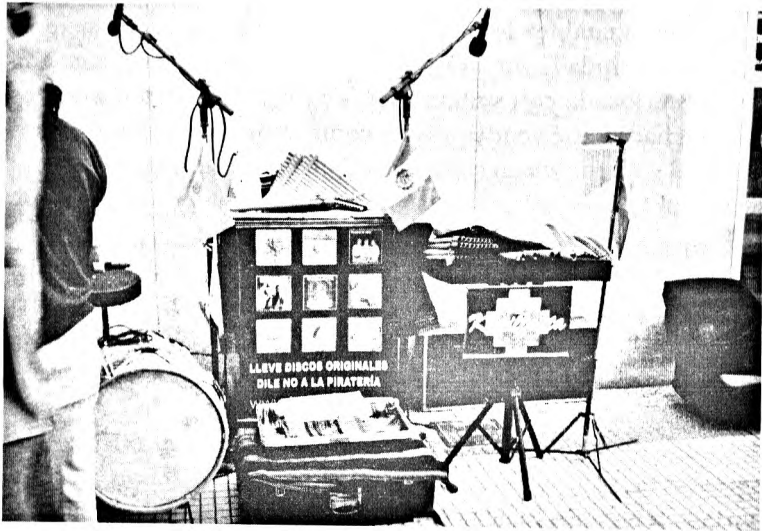
Los que venden la revista *Hecho en Buenos Aires*, que, como en otras ciudades, se publica para ser ofrecida, fuera de los quioscos, por gente de una categoría especial, desocupados, sin casa. Vendedores de *Hecho en Buenos Aires* son entrevistados en la misma revista, aunque esas entrevistas no recogen a quienes son los más marginales: un hombre de más de 70 años, que ordena ejemplares viejos sobre el umbral de los edificios administrativos que quedan cerrados a la noche, abriendo la posibilidad de completar una colección a quienes han perdido o han pasado por alto algún número. O los jóvenes que se mueven como ciegos en los vagones de subterráneo y, sin mirar a nadie, entregan la revista, con un gesto repetido y lejano de toda esperanza, como si las pocas ventas que realizan allí mismo no alcanzaran para probarles que eso es posible.

Otro grupo es el de los vendedores de pequeñas antologías de poemas. Se trata de gente muy joven que no da la impresión de estar impulsada sólo por la necesidad, sino por algo que la relaciona personalmente con lo que están ofreciendo. Las antologías mezclan textos románticos, algunos muy conocidos, con poesía moderna; Rubén Darío, Amado Nervo o Alfonsina Storni aparecen junto a Rimbaud, ilustrados todos por imágenes que evocan la estética del cómic o las viñetas de Aubrey Beardsley. Estas antologías son una síntesis de las primeras lecturas de un adolescente inquieto que bien podría ser el responsable de armar el producto: distintas fotocopias combinadas sobre una página, luego fotocopiadas

nuevamente en formato carta que será plegado al medio y entapado dentro de una cartulina rústica de color desvaído. Encuentran sus compradores entre gente también muy joven, para quien ese *Combustible mental*, como se titula una de las antologías, puede ser el pasaje artesanal, ambulante e incierto hacia la literatura.

Folklore

Una vuelta por San Telmo con todos esos turistas buscando el tango y un poco de sol. A Celia la mayoría de los espectáculos callejeros le dan tristeza. A su favor hay que decir que hacía mucho calor, está susceptible por el embarazo y un nene rumano tocando la lambada en un acordeón mugriento puede ser un poco lastimoso. Para redondear, está sentado en una silla de plástico al lado de una pila de bolsas de basura. Cuando un turista se pone en cuclillas y le saca una foto con su cámara digital ya es demasiado. Por Florida se ven cosas peores. Por ejemplo, hay un faquir que se mete un destornillador por la nariz.¹⁷



Son los 'artistas', que ofertan mercancías simbólicas: en Florida, en la Boca, en Recoleta, en San Telmo, en los barrios turísticos, las estatuas vivientes (una de las disciplinas más antiguas), los malabaristas, alguna cantante clásica, buenos saxos que siguen partituras de jazz moderno, los imitadores, los baladistas, los bailarines de tango que, a su hipotética destreza, le agregan a veces símbolos nacionales como la camiseta de la selección, los bandoneonistas ciegos, los cantores folclóricos, los arpistas, las parejas de viejos desentonados. Esta oferta existe en todas las grandes ciudades del mundo, y en algunas de ellas es bastante sofisticada, producida *in situ* por estudiantes de arte o músicos profesionales sin trabajo. A comienzos del siglo XXI se vieron payasos en los medios de transporte, y hoy todavía sigue recorriendo los trenes suburbanos alguna chica que canta una canción cuya letra casi no se entiende, con la voz exigida hasta el agudo extremo. Van y vienen, duran un par de meses y luego pasan a otra cosa.

Algunos, sin embargo, persisten. Son quienes han encontrado un estilo, un tipo de canción o de instrumento que cumple varios requisitos: tiene un volumen audible en la calle o en el subterráneo, interpela de modo más o menos universal, y quien realiza la actividad posee una especie de carisma estético, de destreza suplementaria evidente o algún patetismo interesante.

Prosperan también los que ofrecen a los turistas, en las mejores calles de la ciudad, una música folklórica globalizada: *Chiquitita*, de ABBA, tocada con sintetizador, sicu y charango por músicos emponchados que venden discos compactos donde el pop internacional se recubre con capas acarameladas de instrumentos considerados locales, sobre la base incesante de máquinas de ritmo.

Argumentos. El escándalo producido por los ambulantes es doble. Por un lado, los comercios establecidos encuentran en ellos una competencia que sus dueños consideran desleal, porque los ambulantes no pagan impuestos; carecen, en su mayoría, de permisos; usan autorizaciones que pertenecen a otros; son parte de una cadena que mueve millones en mercaderías de marcas falsificadas, entradas de contrabando o producto de trabajo esclavo; se comportan en algunos lugares como organizaciones mafiosas. No he

podido acceder a cifras que indiquen una estimación de cuánto perderían los comercios establecidos por la competencia de los ambulantes y, por lo tanto, desconozco la base económica de las razones para que sean controlados por los gobiernos urbanos. De estas razones no tomaré en cuenta la que concierne a las organizaciones que distribuyen mercancías falsificadas o de contrabando en los puestos de ambulantes a quienes emplean como mano de obra en negro.

Ése es un problema legal que, si recibiera una solución legal, no se convertiría en una cuestión urbana. Si en las grandes ferias bajo techo, semiambulantes o semimontadas, si alrededor de todas las estaciones de ferrocarril y de ómnibus se venden mercancías ilegales, la cuestión, antes que urbana, es penal. Que nadie esté en condiciones de encararla indica que el problema reside en otra parte.

La explosión de los ambulantes, como en muchas ciudades, acompañó el descenso de la ocupación y el ingreso de centenares de miles en la franja de la pobreza. Junto con los ambulantes, aumentaron los cartoneros y los mendigos, los sin casa y los chicos de la calle. Las organizaciones de mayoristas crecieron en estas circunstancias, empleando de manera irregular a quienes no tenían otra alternativa. La clientela de los ambulantes aumentó por razones similares: excepto en los grandes mercados semitechados, como el de La Salada, son los pobres los que compran las peores mercancías, y, en general, quienes se las venden son también pobres.

La cuestión urbana, entonces, sólo puede considerarse una vez que se haya reconocido el carácter previo de esta configuración que es tanto económica como cultural. Las ciudades ricas no tienen ambulantes sino en sus bordes marginales, migratorios, excluidos, mientras que las ciudades pobres los tienen por todas partes, también por razones que tienen que ver con la circulación: los ambulantes se concentran en los núcleos de transporte ferroviario y vial, precisamente donde se concentra la llegada de los pobres para trabajar en la ciudad, para atenderse en sus hospitales, para enfrentar su máquina administrativa central. Pero también están a lo largo de calles más prósperas, donde se desplazan diferentes contingentes sociales, entre ellos, los servidores de los ricos que viven en sus proximidades, y los turistas, gente muy predispuesta a confundir indignancia con color local.

No hay ambulantes frente a los escaparates de Armani, ni frente a los de Vuitton, por razones evidentes, ya que el uso de esas calles de elite es patrullado con el rigor que impone la gran propiedad. Pero en los otros lugares, los ambulantes no buscan sólo las zonas donde hay más pobres, sino otras donde está legitimado comprar CD y DVD falsificados o pilas y baterías de origen incierto. En países como la Argentina, con un altísimo nivel de piratería en el uso de *software*, no puede extrañar que los poseedores de televisión de plasma compren películas muchas veces mal copiadas y peor subtituladas en DVD cuyo equivalente, si fuera un par de zapatillas, no rozarían con la punta de los pies. Si la piratería es legítima para la mayoría de los usuarios, también son legítimos quienes venden sin tener licencias para ocupar las calles. No se puede aceptar lo primero sin convalidar lo segundo. Por eso, es doble e hipócrita el discurso sobre los ambulantes cuando lo emiten quienes piensan que es una ocupación honesta mirar DVD copiados clandestinamente e, incluso, pueden considerarla una revolucionaria actividad anticapitalista que pone los bienes simbólicos gratuitamente al alcance de quien accede a las copias sin licencia. Todos defienden su acceso a las mercancías o su derecho a venderlas en el espacio público.

Los argumentos nos sitúan bien lejos de la cuestión urbana, que sólo puede plantearse una vez que se los ha considerado. En efecto, 1 kilómetro de ambulantes ocupa, en los mejores días, cuando no hay control policial ni inspectores, la calle Florida, es decir, la peatonal inevitable que bordea la *city* y figura en todas las guías turísticas. Empleados y turistas son los dos grandes públicos de la calle que, en una ciudad que ha perdido su centro, ya no es un paseo de las capas medias como lo fue durante buena parte del siglo XX.

Una nube de ambulantes rodea el Centro Cultural Recoleta que, abandonado los fines de semana por los muy ricos que residen en la zona, se ha convertido en paseo de quienes viven en todos los barrios y en capítulo de las guías turísticas. Un domingo a las siete de la tarde, la zona cuyo centro es Pueyrredón y Avenida del Libertador está copada por ocupantes extrabarriales y nadie que pasea por allí vive en La Isla o en Recoleta. No se trata sólo de

la ropa ni de la fonética, aunque si se observaran las etiquetas de los *jeans* o de las remeras, habría una lista de marcas los domingos y otra lista, diferente, los lunes. La información más confiable sobre el origen de los extrabarriales son las colas de los colectivos: el 92 llega hasta Flores sur, el 93 pasa por Chacarita en su ruta a Boulogne. Decenas de personas esperan para dejar el barrio que, el lunes, recuperará su ecología aristocrática.

Los domingos esa ecología se altera: llegan los ocupantes temporarios y están ausentes los habitantes propios del lugar que, encerrados en sus departamentos de Posadas o Schiaffino, o visitantes ellos mismos de los clubes de Don Torcuato o Pilar, no se cruzan con los plumajes de quienes llegan de Caballito, Balvanera, Floresta o Villa Luro. Los turistas no forman parte ni del grupo de visitantes de fin de semana ni del grupo de habitantes de los días hábiles. Ellos nadan entre las dos napas probablemente sin percibir del todo lo que sucede en la ecología de la zona. En los colectivos se recrea la atmósfera de los barrios de origen, mientras que, a medida que avanza la noche, algunos intrépidos del lugar salen de sus departamentos y caminan por Pueyrredón para ir a comer a alguna parte.

Durante todo el día ambulantes de distintos oficios y vendedores de artesanías 'oficiales' (con permisos de las autoridades) o extraoficiales, que no se diferencian entre sí, ocupan casi toda la superficie de los caminos que bordean la plaza, sus pendientes, la peatonal que lleva desde las recovas del *Design* hasta el centro cultural y la calle Ortiz que bordea el cementerio hasta Vicente López. Nunca vi que un visitante del fin de semana se molestara por la presencia de los ambulantes. Todos quedan sumergidos en una atmósfera de feria, a la que contribuyen los tarotistas y los adivinos, los músicos y las estatuas vivientes. Las ferias son desordenadas, coloridas, sucias, atropelladas.

Nada permite, como la calle, la multiplicación de elementos. La calle produce, sin deliberación, sin intenciones, el efecto barroco. Lo que carece completamente de cualidades en el interior, en el espacio privado, donde no puede multiplicarse sin caer en lo insensato, en la calle prolifera sin parecer un exceso sino una simple necesidad tolerada por la perspectiva amplia de visión.

La calle permite una acumulación que es inmediatamente vivida como escenografía.

Sobre todo, los turistas la observan como escenografía pintoresca; los locales del barrio oscilan entre la neutralidad y el fastidio, como si la repetición en el tiempo la despojara de su pintoresquismo visual para hacerla simplemente molesta, inútil. Esto sucede con las alfombritas de los ambulantes tanto como con la superposición sonora de los músicos callejeros o la proliferación de estatuas vivientes. Lo que en la ciudad *otra* es un rasgo, en la ciudad propia es un exceso que se convierte en defecto. Posiciones diferentes frente al espacio público: los turistas, sobre todo los europeos, visitaban los piquetes que cortaban calles o puentes, como un atractivo más, que le daba carácter a la ciudad. Los turistas buscan carácter. Los locales sufren el carácter de la ciudad.

2. La ciudad de los pobres

I. OCUPADORES

Hace más de cien años. Jorge Liernur fue el primero en observar un rasgo en las viejas imágenes que muestran la ciudad de Buenos Aires en construcción, durante las décadas que van de 1870 al Centenario. Todos habían pasado por alto que en el centro, cerca de la casa de gobierno, en Recoleta y en casi todos los barrios, crecía temporariamente una “ciudad efímera” de galpones de chapa levantados de un día para el otro, tapias contra las que se apoyaban precarios refugios, casuchas de madera armadas sobre el barro donde dormían los trabajadores recién llegados, los muy pobres, los vagabundos. Buenos Aires avanzó sobre esos enclaves inestables y se volvió ciudad sólida (eso fue el progreso y la modernización). Sin embargo, a partir de la década de 1930, otros enclaves contruidos con materiales efímeros, pero cuya forma de habitar se prolonga hasta hoy, convierten lo pasajero en permanente: son las villas miseria dentro de la ciudad, en sus límites administrativos y expandiéndose a medida que crece el Gran Buenos Aires.

Hoy, cuando entre quinientos y mil chicos viven parte o todo su día en las calles porteñas, los cartoneros se instalan al costado de las vías del ferrocarril que transporta su recolección de desechos, y los sin casa cuelgan los bultos con sus pertenencias de los árboles en las plazas o los acomodan debajo de puentes y autopistas, otra ciudad efímera se construye y se destruye casi cotidianamente. Liernur, evocando un período del que nos separa más de un siglo, describe:

Como “nómades urbanos”, los verdaderos vagabundos, deberíamos considerar a aquellos sin residencia fija de ningún tipo. Constituían una masa de seres ambulantes por la ciudad, por sus calles y lugares públicos. Eran niños o viejos, mujeres y hombres, sanos o enfermos, y se cobijaban en los umbrales de las casas, los terrenos baldíos, los lugares de tránsito. Quizá podrían homologarse a los *homeless* o a los “chicos de la calle” de nuestro tiempo. Las ilustraciones de los magazines los muestran durante el día usando la ciudad como espacio de trabajo o de ocio... Las noches los obligaban a buscar algún refugio donde descansar y no morir en invierno de frío.¹⁸

Ciudad, definición. Dícese del lugar donde duermen los pobres a la intemperie o bajo cubiertas precarias.¹⁹

Todas las noches preparan su dormitorio en la ochava de un edificio público, que no funciona ya como entrada a ninguna parte. Es un espacio de varios metros cuadrados y, por lo tanto, bastante amplio como para que dos personas puedan tenderse a dormir. Salvo que llueva del sur, netamente del sur y con viento, el agua no salpica sino los cincuenta centímetros delanteros del refugio. Como la ochava fue una entrada importante, se accede a ella por tres escalones que contribuyen a la sensación de aislamiento y permiten trazar una especie de umbral imaginario entre los que la ocupan y la calle.

La cuadra es singularmente activa al comienzo de la noche; ofrece bastante material a los cartoneros, y las veredas de dos estacionamientos que cierran al atardecer sirven como playones temporarios para la basura que ellos clasifican. Los de la ochava no se mezclan con la media docena de adultos y chicos cartoneros que se mueven veloces y concentrados, en silencio. Ellos no son trabajadores de la calle sino ocupantes fijos; sus colchones, mantas y bolsas con harapos permanecen allí enrollados durante el día; en cuanto la luz ya no es más la sombra grisácea del atardecer, se preparan para pasar la noche, despiertos pero ya acostados, cubiertos por capas de frazadas y plásticos. Generalmente tienen algún te-trabrik y cigarrillos. Otros viven, con un régimen parecido, en una

plaza cercana, en cuyos árboles dejan los colchones envueltos en plástico mientras andan por la ciudad en busca de oportunidades o descuidos ajenos: limosnas, sobras, comida vieja, puchos. Estos dormitorios a la intemperie varían de lugar; cuando sus ocupantes son desalojados, se corren algunas cuadras, simulan una retirada, pero vuelven a instalarse. Son resistentes por necesidad.

Pero no todos los que recolectan sobras duermen al aire libre. Y no todos los que duermen al aire libre fueron dejados allí por las oleadas de la crisis económica de principios de este siglo. En la ciudad se entretajan vidas diferentes: los recientemente desalojados, que no fueron capturados por la red de ningún plan social y terminaron debajo de la autopista; los hombres que cayeron más que sus propias familias, en las que las mujeres pudieron salvarse y seguir a flote y ellos quedaron como restos de una marejada; los locos que, una vez que comenzaron a caer, ya no tienen una nueva oportunidad ni la tendrán en el mejor de los mundos. Durante muchos meses, un hombre había optado por vivir sobre una gran avenida, haciendo de esa opción una especie de manifiesto. Reclinado sobre su colchón, envuelto en mantas, a su lado había puesto un cartel donde, además de protestar por los salarios docentes, se declaraba ex maestro, dejando que los que pasaban imaginaran las razones del supuesto o real abandono de una profesión que, si no es lucrativa, por lo menos es vista como respetable. Al costado, sobre un cajón, un tablero de ajedrez con una partida comenzada reforzaba la idea que deseaba transmitir sobre sí mismo. Algunas veces encontraba con quien jugar, cansinamente, mientras sostenía una conversación reiterada de temas circulares. Hoy, en umbrales próximos al del “ex maestro”, un hombre escribe todo el día: de perfil, apoyada la espalda contra la pared, sin levantar la vista, sin pedir nada, abstraído o ausente, escribe.

En todas las ciudades del mundo hay personajes como el “ex maestro”.

En las ciudades donde los pobres abundan, como Buenos Aires, es difícil encasillarlos como singularidades extravagantes y aislarlos de la miseria que lanzó a miles a la calle en los últimos años. Un par de borrachitos viven, en el indócil invierno berlinés, sobre un puente justo frente al teatro del Berliner Ensemble,

donde trabajó Bertolt Brecht. En todas las ciudades hay hombres y mujeres que fueron depositados entre los despojos.

Sin embargo, aunque casos así ocurran en Buenos Aires (en años de abundancia también había linyeras en el parque Lezama), es difícil que hoy sean mirados como los berlineses miran a sus borrachitos vecinos del teatro de Brecht. Hubo un momento en que esas figuras dejaron de ser marginales extravagantes para mezclarse con los expulsados del mundo del trabajo; meses en que los cartoneros se convirtieron en la multitud laboriosa del anochecer, y los chicos de la calle dejaron de ser sólo casos de droga, abandono o extrema rebeldía.

En algunas ciudades, y en Buenos Aires desde mediados de los años noventa cada vez más, todos forman parte de un paisaje acostumbrado, esperable, normal. Sorprendería no verlos. De mañana, varios chicos duermen en las puertas todavía cerradas de un gran banco, sobre la avenida, a veinte metros de un multicine que tiene dos grandes vidrieras frente a las que se estacionan las adolescentes de capas medias para deliberar sobre adquisiciones futuras o planificar viajes de fin de curso. Están amontonados, como si tuvieran frío, las piernas de uno sobre la espalda de otro, las cabezas tapadas con sus camperas, profundamente ajenos al ruido, ausentes de este mundo que, por otra parte, ya los ha declarado ausentes. Otros, mayores, duermen sobre colchones, en los zaguanes de algún local desocupado, rodeados de trapos y bolsas. Se quedan allí algunas semanas, hasta que el local vuelva a ocuparse.

Cerca de los que duermen en plena mañana y de los adolescentes que discurren en otro mundo, dos chicas piden plata a los autos detenidos en el semáforo; lo hacen sin mucha concentración ni convicción. Son delgadas y graciosas, vestidas con las sobras que todavía conservan sus volados y alforzas. Permanecen en la esquina desde el mediodía hasta las once de la noche. Dentro de tres o cuatro años llegarán a la edad de la prostitución infantil, un destino que cuelga sobre las dos cabezas de pelo lacio y claro.

Otros chicos desfilan dieciséis horas por los vagones del subterráneo, cada uno con su estilo. La nena, aleccionada por algún adulto, que trata de estrecharle la mano a cada pasajero; el enfermo de sida que pasea a su hijita, como si fuera la prueba viviente

de la familia que debe mantener, vive bajo la autopista y, por su condición, nadie le da trabajo, aunque recibe todos los remedios del hospital público y los transporta en una bolsa sucia que agita sobre su cabeza con el mismo gesto mecanizado con el que empuja a la chica; o ese chico flaco, alto, de una elegancia desgarrada, *cool*, muy a la moda, vestido de marrón, con pantalones llenos de manchas y un buzo deshilachado, que trata de conseguir unas monedas pero se coloca en una especie de distancia indiferente, como si conseguirlas no le importara, y por eso, su mirada perdida traza una diagonal entre las cabezas de los pasajeros y el piso del vagón, mientras él atraviesa el espacio sin tropezar con nadie, sin evitar a nadie, como si caminara en el vacío, solo, desatendiendo todo lo que eventualmente lo rodea; o el otro, con su mazo de figuritas de colores, una cantidad mínima, veinte o treinta, los bordes arqueados por el calor de la palma que se transmite al cartón y lo humedece, mientras extiende el brazo y lo coloca a la altura de las manos de los pasajeros, que no toman las figuritas. Esos chicos se mueven dando por sentado que fracasarán en cada uno de sus intentos y que deben pasar rápidamente al próximo, que también será un fracaso. Encapsulados y solitarios, avanzan por el vagón cumpliendo un recorrido en línea recta del que obtendrán pocos resultados. Ponen demasiada distancia tanto respecto de los pasajeros como de la tarea que realizan sin interés evidente, como si se tratara de una acción encaminada a ningún fin, un movimiento mecánico sin objetivo; no emplean una táctica para convencer a los demás de que, entre todos los chicos que andan por el subterráneo, a cada uno de ellos hay que darle algo. Avanzan sin calcular, sin representar ni exagerar, callados. Su gracia inconsciente se origina en que ya no vigilan su forma de pedir limosna; en su actual estado, ha desaparecido todo cálculo, todo intento de persuadir, de emocionar, de dar lástima. Se mueven como quien no tiene apuro ni finalidad. Se valen por sí mismos. Tienen 12 o quizá 13 años; dentro de poco ya no repartirán figuritas sin éxito por los vagones de un tren. Dentro de poco sus vidas darán un salto, como quien pasa de la primaria a la secundaria y cambia durante el último verano de la infancia; adolescentes, los chicos de las figuritas ganarán una agresividad

que los volverá más visibles. Entrarán en el mundo condenado y sórdido de los sospechosos.

Todavía le faltan algunos años para ser sospechoso al chico ensimismado frente al correo central de Buenos Aires, la mirada absorta en dirección a un río y un Puerto Madero que no se ven desde allí, traspasado por el ruido de los motores y cercado por el estruendo de decenas de colectivos. Allí mismo, cerca de los empleados que salieron a almorzar, una mujer juega con su hija que está aprendiendo a caminar.

La chica descalza, vestida sólo con un pañal, da pasitos inseguros sobre la superficie irregular del césped. La mujer y su hija ríen de cara al sol y son seguramente las únicas que no tienen allí un horario; la tarde se extiende por delante y el lugar estruendoso rodea a la hija y su madre como si, en el círculo que ellas describen, se hubiera amortiguado el barullo de la *city* porteña. Nada las apura. La chica camina unos metros y regresa hacia donde la madre la espera, sentada, riendo, con los brazos extendidos. Cae, se levanta con una gracia torpe y vuelve a alejarse. La chica está absorbida por el interés de aquello nuevo que está haciendo. Aprende a caminar y su cuerpo, su madre, el espacio del mundo rotan mostrándole las diferencias de textura, de distancia, de luz. La chica prueba ir un poco más lejos, se atreve unos pasos en otra dirección, se da vuelta y su madre la saluda. La chica intenta correr, cae, se levanta, gatea. El mundo, para ella, está gobernado por una seguridad sólida y dulce. La escena sería de una sentimentalidad perfecta, casi demasiado emblemática, si no fuera porque la mujer y su hija están en el centro de un círculo formado por sus pertenencias.

Viven en la calle. El colchón enrollado está cubierto por un mantel de plástico, al costado de un cajón de madera con envases y bolsas. Sobre el pasto se esparcen algunas ropas de la chica, probablemente secándose. La domesticidad del juego entre madre e hija sucede como si nadie pudiera verlo. Sin embargo, el conflicto entre domesticidad y exposición pública hace que la escena sea difícil de tolerar una vez percibida la contradicción que la desgarrara. Las protagonistas parecen estar al margen de la contradicción, como si su felicidad las protegiera.

Pero enseguida o un poco más tarde la madre volverá a percibir que ella y su hija viven en la calle, a cincuenta metros del correo central; cuando, oscurecida por el atardecer, esa zona se vuelva un paraje más solitario, y las hileras de combis que transportan a los empleados de la *city* hacia los *country clubs* hayan desaparecido, deberá darle de comer a su hija. Dentro de cuatro años, si nada cambia, la chica que hoy aprende a caminar estará repartiendo estampitas, *stickers* o hebillitas; dentro de diez años tendrá su barrita de chicos de la calle, su grupo de aspiradores de pegamento y fumadores de crack; dentro de doce años, a lo mejor, será explotada sexualmente. ¿Cuáles son sus oportunidades? Hoy titubea con los pies desnudos sobre el pasto.

En la otra punta de la ciudad tres personas forman un grupo tradicional, representado por la pintura, la fotografía y los ideales demográficos. Sentado en una silla, un poco retirado del grupo, el joven padre mira a uno de sus hijos, que está durmiendo sobre un colchón. La joven madre, en un banquito más bajo, le hace fiestas a otro chico que, desde su cochecito, le responde moviendo las manos y riendo. Ella parece feliz, entretenida, despreocupada; el padre, pensativo, no participa en el juego. El mayor de los hijos tendrá unos 3 años, dos más que el menor. Todo es apacible y diríase que completamente normal. Excepto que están viviendo en la calle, a metros de la vía del tren, pero separados de ella por un paredón. Primero apilaron colchones y trapos, que quedaron prolijamente cubiertos con cartones y lonas. Más tarde armaron, contra una pared lateral, las dos caras de un albergue, cuya entrada está protegida por una cortina hecha con jirones de plástico. Desde hace un tiempo viven y trabajan allí. El colchón sobre el que duerme uno de los chicos está fuera del refugio de cartones, como si ocupara el jardincito delantero de una casa normal. No los rodea el desorden, sino que sus pertenencias están guardadas en cajas, en un carrito con ruedas, en atados y bultos. Como si fueran acampantes turísticos, procuran que el campamento esté lo más ordenado posible para que no se pierda nada, para que nada se ensucie más allá de lo inevitable. Los que pasan dudan entre mirar o no mirar. Si miran, se sienten intrusos; si no miran, temen ser percibidos como gente que reprueba sin entender.

Si se tomara una foto y se los recortara en ella, dejando fuera la calle y las vías, se creería que son una familia de un barrio pobre que, por el calor, ha tendido un colchón afuera; se diría que el padre ha llegado de trabajar, que su inmovilidad es producto del cansancio, y que poco después entrará a dormir en su casa; que la madre se ha quedado allí con los chicos y que trata de divertir al que no duerme para que todo transcurra del modo más apacible. Hace algunas décadas, esta familia hubiera vivido en una de esas villas miseria que, comparadas con las que hoy existen, se parecían más a un barrio de trabajadores pobres, donde era posible entrar y salir sin prevenciones de casillas precarias en las que, de todos modos, se mencionaba el plan de una mudanza a un terreno comprado en alguna parte (loteos inundables y sin servicios, que se fueron convirtiendo en barrios). En las paredes de la casilla podía colgar un retrato de casamiento, la novia con vestido blanco. Nadie dudaba de mandar a los chicos a la escuela.

De la hipotética foto que excluye el entorno se diría que muestra la imagen tradicional de una familia cuya vida transcurre en la pobreza, pero en una pobreza 'normal'. Se trata, en cambio, de habitantes de la calle, que viven debajo de cartones, entre los montones de basura, producto de su trabajo cotidiano. Son lo imprevisto y lo no deseado de la ciudad, lo que se quiere borrar, alejar, desalojar, transferir, transportar, volver invisible.

La mujer que juega con su chico parece momentáneamente feliz; sonríe como si la calle hubiera desaparecido. El hombre que la mira parece momentáneamente tranquilo y estable, como si su vida lo fuera. Ninguno de los dos tiene mucho más de 20 años. Es decir que han nacido en la segunda mitad de los años ochenta, que crecieron durante los años noventa, que probablemente empezaron a cartonear en el mismo momento en que millones de argentinos creyeron que era posible gastar dólares baratos en Miami sin que eso arrojara consecuencias sobre la economía del Gran Buenos Aires que desborda sobre la ciudad.

Probablemente ninguno de los dos ha terminado el primario y ninguno de los dos ha estado nunca empleado de manera estable, con recibo y obra social. Probablemente ninguno de los dos sepa cómo reclamar sus derechos, porque eso depende de

un entrenamiento: hasta para exigir lo más rudimentario es preciso saber. Todo lo que podrían hacer es resistirse a que los saquen de allí. Nacieron en un país que ya los había descontado de la nómina.

Viven en un mundo que no les permite sino los tiempos cortos: de hoy para mañana, un rato de sol, esperar que no se largue la tormenta, confiar en que no los corran de donde han apoyado sus dos paredes de cartón, aunque de allí también los van a sacar y ellos lo saben. Mudanza al siguiente paredón ferroviario o, con más suerte, vivienda debajo de un puente de ferrocarril, al costado de un parque que proporciona las ramas con las que el arco del puente se convierte en un muro vivo que separa el exterior del 'bajo techo' donde están las ropas colgadas, las sillas y los baldes para acarrear el agua.²⁰

En los tiempos cortos no hay posibilidad de acumular nada, porque toda previsión necesita de un tiempo extenso y de un aprendizaje que enseñe a navegar ese tiempo, difiriendo las necesidades, eligiendo a cuál se responde primero. Estas familias son pura necesidad; no pueden optar por esto y esperar para lograr lo otro o lo de más allá, como sucede en el caso de quienes tienen un relativo dominio de su tiempo (que significa tener un control sobre la propia vida). Estas familias no pueden prever, ni planificar, ni proyectar. Sus vidas se sintetizan en un esfuerzo cíclico y repetido de supervivencia que les consume todo el presente y les consumirá el futuro.

La madre juega con su hijo y ríe. El chico la mira y también ríe. Incluso en la humillación del despojo hay una vitalidad en esa escena arquetípica, como si el puente o el terraplén del ferrocarril y los montones de basura fueran un paisaje adecuado a la perturbadora intimidad pública de la escena.

Los cartoneros, hasta que no los echan, acampan cerca de donde se produce la basura o donde pueden acopiarla. También frecuentan los barrios relativamente prósperos porque allí se tiran muchas cosas valiosas para la reventa, ya que esos barrios no están sometidos a una economía de la escasez, sino que, por el contrario, resurgieron a medida que resurgió el consumo. Se puede encontrar un mueble de cocina entero, las planchas de aglomerado de varios estantes, chapas, un buzo, zapatillas viejas, varillas de metal: la

basura de las capas medias que cae hacia los pobres y, en un pase de magia de la miseria, deja de ser basura. Los objetos desechables para una fracción social tienen valor para otra, como si en el mismo acto de tirarlos y luego de recolectarlos se pusiera en marcha un proceso marginal de generación de valor. La chapa grisácea de una cocina, cuyo ex dueño mira con asco pensando cómo pudo tolerarla hasta hace un momento en su casa, se transmuta en un peso metálico que tiene valor de mercado en la reventa de basura reciclable.

Los pobres son el eslabón más débil del negocio de la basura, es decir, de todo aquello que ha dejado de tener valor para quienes no son pobres ni son parte de ese negocio en sus eslabones intermedios o finales. Lo que yo considero basura es plata para ese chico que está en la vereda de mi casa. En esta diferencia respecto del valor se sustenta la economía de la miseria.

II. ESCENARIOS

Los años ochenta

Yo vivía en San Telmo durante los últimos años de la dictadura y me quedó un recuerdo muy intenso de las transformaciones de Cacciatore, de los ensanches de las avenidas y la construcción de la autopista 25 de Mayo. Innumerables familias quedaban viviendo en la calle por las demoliciones. Según me explicaron, fueron de los más atroces y compulsivos desalojos de la ciudad y, más de una vez, mis papás subieron chicos a dormir en nuestro departamento, con el acuerdo de sus padres, para que no durmieran en la entrada del edificio. Una muestra muy concreta de esto es un edificio que está en Garay casi esquina Santiago del Estero que, hasta hace diez años, se lo veía con la fachada cortada, como si le hubieran sacado una rebanada... Conocí el edificio por dentro –vivía una compañera de grado– y permaneció

así cortado porque los vecinos, muy pobres, no lograron juntar la plata para tapar el agujero. Concretamente, si bajabas del ascensor y salías para el lado equivocado (lo que serían los departamentos que antes daban a la calle), saltabas al vacío, porque las aberturas habían quedado sin tapar.²¹

En el aire. Sergio Cheffec escribió:

Fue hasta el dormitorio, donde volvió a hojear los periódicos. Recostado, leyó una nota que no había advertido a pesar de la extensa lectura matutina. La noticia era ambigua, no porque fuera confusa sino porque consistía en una noticia a medias; era un proceso, no algo que hubiera sucedido ayer. El título decía “Ciudades elevadas y ocultas”. La foto consistía en una toma hecha desde un avión, [...] y se veía una extensión indefinida de manzanas con rasgos más o menos semejantes, encima de cuyas casas y edificios había otras casas precarias hechas de tablas, chapas o ladrillos sin revocar. El subtítulo de la nota aclaraba “La tugurización de las azoteas”. Más abajo explicaba que muchos habitantes, ya que se veían obligados a residir en viviendas precarias porque carecían de medios para hacerlo en otras no-precarias, preferían vivir en ranchos levantados en las azoteas de las casas de la ciudad en lugar de construirse los en la Periferia —en zonas en donde incluso no resultaba exagerado suponer que acaso al final del transcurso de una vida acabarían siendo los dueños de sus terrenos—, dado que evitaban de esta manera gastar en transporte el poco dinero que poseían y perder viajando el escaso tiempo que les quedaba. Aparte estaba la cuestión de los servicios en general, acotaba la información: la luz, el agua [...] y el transporte constituían mejoras inciertas en la Periferia. Sin contar con el problema de la seguridad, hipotéticamente más grave cuanto más hacia las afueras de la ciudad se viviera. Esto podía no ser así, decía el periódico, pero en todo caso era lo que la población suponía.

No obstante, a pesar de sus naturales deseos de ascenso social, estos empobrecidos inquilinos de las alturas importaban a las zonas “Articuladas” cierto grado de marginalidad e imponían en el “Entorno urbano” señales más o menos evidentes de deterioro.²²

Chejfec entrecruza las imágenes en una doble mirada, retrospectiva y prospectiva: sobre la ciudad real latinoamericana, a la que Buenos Aires se parece en algunos barrios, y sobre la ciudad ‘teórica’ de *Radiografía de la pampa* de Martínez Estrada, que creció por agregación caótica. Las villas miseria en altura muestran las napas superpuestas de diferentes intervenciones temporales; los pobres apilan sus viviendas donde pueden, donde los llevan o allí donde los arrojan. Esos tugurios o conventillos elevados forman un doble piso de la ciudad que crece hacia arriba, como en los cerros de Caracas o los morros de Río de Janeiro. Mirar hacia arriba no significa sólo percibir las marcas de un progreso verticalizante, sino la ironía de una superposición de capas de construcciones sin cualidades. ‘Arriba’ no designa el rascacielos moderno ni la torre actual, sino la superposición de desechos.

En los años treinta, más precisamente en 1933, Martínez Estrada vituperó el progreso de Buenos Aires, leyéndolo como acumulación de barro pampeano que, como materia original, no es simplemente un origen sino un destino. La ciudad no crece hacia arriba en un único gesto proyectual, sino que apila agregados, que persisten como manifestación de capas geológicas. El suelo (el solar) deja de tener contacto con la tierra, y los techos son el suelo de cada nueva capa superpuesta:

Sobre las construcciones de un piso, que formaron la ciudad anterior, parece haber comenzado a edificarse otra ciudad en los otros pisos. Esos pisos que sobresalen acá y allá sobre el nivel medio son como las casas de planta baja que antes se alzaban sobre el nivel del terreno, que es la más vieja planta de Buenos Aires. Los terrenos baldíos de ayer son las casas de un piso ahora. Al principio se construía sobre la tierra, a la izquierda o

a la derecha, esporádicamente; hoy se utiliza el primer piso como terreno, y las casas de un piso ya son los terrenos baldíos de las casas de dos o más. Por eso Buenos Aires tiene la estructura de la pampa; la llanura sobre la que va superponiéndose como la arena y el loess otra llanura; y después otra”.²³

Chejfec, en los años noventa, registra (y prevé) esa misma acumulación que ahora ya nadie puede imaginar como progreso, porque es pauperización periférica. Para describir la ciudad de *El aire*, elige fragmentos urbanos encontrados en otras ciudades del continente (por ejemplo, en Caracas, donde Chejfec vivía en ese momento):

[...] ahora se distinguía una organización precaria, muchas veces titilante por efecto del viento, de focos y lamparitas. Eran los ranchos de la azotea, a los cuales un cable que subía por fuera de los edificios proveía de luz. Barroso observaba trabajar a las mujeres, infatigables también de noche limpiando la terraza, haciendo la comida, atendiendo a los niños y hablando de cuando en cuando con el esposo, que generalmente miraba con ojos perdidos el vacío, con actitud apocada, fumando, con el brazo apoyado contra el vértice de la mesa, también precaria, que antes de irse a dormir levantarían todos juntos por los costados para entrarla a la casa.

La villa miseria, en lugar de ser evitada o recorrida a pie, es vista desde lo alto, de un techo al otro; esos tugurios están en el corazón de la ciudad, sobre las casas que antes no eran miserables, pero que hoy forman parte del centro viejo: demolición, ruinas, autoconstrucción realizada sin los saberes del albañil o “construcción profesional de viviendas precarias”. Las materias mismas de la ciudad han cambiado.²⁴ La ciudad criolla fue de barro; la ciudad moderna fue de ladrillo cocido y cemento, la ciudad tugurizada es de chapa. Para Martínez Estrada, el barro prevaleció siempre por sobre los materiales modernos; para Chejfec, el barro volvió

a ocupar el espacio donde antes se construía con cemento y hierro. Y, donde hay demoliciones, regresa el campo:

Esos baldíos indefinidos representaban una intromisión espontánea del campo en la ciudad, la cual parecía así rendir un doloroso tributo a su calidad originaria. Consistía en una regresión pura: la ciudad se despoblaba, dejaría de ser una ciudad, y nada se hacía con los descampados que de un día para otro brigadas de topadoras despejaban: se pampeanizaban instantáneamente. [...] De manera literal, el campo avanzaba sobre Buenos Aires. De este modo, había leído en algún lado, con la remisión de la ciudad, el espacio, que era una categoría fundamental para la subsistencia de una memoria colectiva, se estaba desvaneciendo en el medio del aire. Y no solamente porque al demolerse las edificaciones retornara la naturaleza, sino también porque la misma memoria individual de los habitantes –fuesen o no pobladores– era incapaz de reconocer la ciudad.

En esta ciudad ya son visibles las transformaciones que se impusieron durante los años noventa y el comienzo de este siglo. Chefec las pone en relación con la tipicidad de la pobreza urbana en América Latina, con la cual Buenos Aires no se relacionaba antes, porque ni la imaginación ni el sentido común la concebían como ciudad americana, ni siquiera cuando se descubrían sus aspectos más miserables.

Terrazas. En la esquina de Carabobo y Castañares hay una casa de cuatro pisos; al principio fue sólo una planta baja que luego creció hacia arriba con capas de diferentes dimensiones horizontales y verticales: la casa se hace más angosta a medida que asciende, pero no de modo regular, sino torciéndose o, mejor dicho, evitando la coincidencia aplomada de sus pisos y techos, pero también retrocediendo respecto de la línea de edificación de la planta baja, como si, en medio del desorden de planos, estuviera, a su modo, ajustándose a una ordenanza municipal cubista.



La casa tampoco es afín a las calles que se cruzan desde la avenida Eva Perón por Carabobo. Podría estar en la circunferencia de la Villa de Retiro o de la 1-11-14 (la más grande de la ciudad) o en la mejor zona de un barrio-villa consolidado. Los tres pisos construidos son irregulares, a medias revocados, con ventanas sin marcos y terrazas sin barandas pero con macetas y ropa tendida, parrillas de hierro, banquitos y reposeras. Todo exhibe, crudamente, con el aire confiado de lo natural en expansión, una especie de precaria monstruosidad destinada a permanecer, ya que la construcción es de material y está allí para quedarse.

Lo precario es efecto de su carácter inconcluso, pero no de una inconclusión que mañana dejará de serlo, sino de una *inconclusión definitiva*. Así impresionan todas las construcciones precarias, en chapa, madera, cartón, plástico. Pero cuando lo inconcluso es de ladrillo, la cualidad de lo no terminado contradice las propiedades de las materias sólidas que entran en su composición. Recuerdo una frase: “las casas de los pobres siempre están construyéndose” (palabras de un militante político para explicar su ausencia en las movilizaciones). Es cierto: no hay final de obra, aunque después de techar se haga un asado, se plante una antena o un trapo rojo de la buena suerte en la cruz del techo.

La casa de pisos de la avenida Castañares sostiene su incompletitud como rasgo estructural. La planta baja, que es lo único terminado, pierde toda presencia frente al avance en alto de las construcciones inconclusas pero habitadas, como si fuera sólo un basamento que debe pasar desapercibido, que no tiene prerrogativas para ser ostensible o enturbiar la esencia de lo incompleto que se manifiesta en los pisos superiores. Arriba del último piso, en el techo, bolsas de cemento anuncian que la casa todavía no ha parado de crecer.

Vendrá otro piso, otro techo-terraza donde se tenderá más ropa lavada (sábanas, sábanas) y se acumularán marcos de puertas y ventanas, cosas útiles para futuras ampliaciones, cosas que también indican que nada puede ser tomado como definitivo.

En la planta baja de la casa incompleta hay un negocio de zapaticas y un quiosco donde se vende comida. Esos dos locales no comparten la cualidad esencial de la casa, porque están terminados y funcionando, como si sobre el suelo la casa perdiera sus rasgos más representativos que sólo existen en altura.

El uso de un tiempo de construcción virtualmente ilimitado se articula con la idea de medios siempre insuficientes, ya se trate de medios técnicos, saberes faltantes o recursos materiales escasos. Y también de necesidades siempre en expansión. Nunca alcanza nada y por eso la casa siempre debe ser potencialmente ampliable. Lejos de que la falta de recursos obligue a terminarla, ella conduce al contradictorio estado permanente de transición entre un piso que no se acaba y el siguiente que ya está comenzando.

Ventana en San Telmo. Desde un balcón sobre Carlos Calvo cerca de la esquina de Tacuarí, se ve la calle y los techos, objetos en desuso, una casa tomada. El paisaje de la basura que se amontona como en un *collage*, dispuesto a ofrecer cantidad de *ready-mades* sobre los techos y, metros más abajo, el ajetreo en la vereda de la casa tomada, donde, más que la visualidad, la música define el paisaje. Ricardo Romero escribe una 'historia de pensión' (como las que conoció la literatura argentina de los años treinta, pero ésta transcurre en el fin de siglo; por lo tanto, es más áspera, aunque siga siendo un poco sentimental, y más violenta, lo cual es inevitable).²⁵

¿Representación realista? ¿Excepcionalidad de una casa tomada, aunque abunden las casas tomadas en Buenos Aires? ¿Ruptura literaria con la representación bienpensante propia de los científicos sociales, donde pobres, delincuentes, ocupadores, todos, todos, tienen sus razones equivalentes, indistinguibles, monótonas? La ciudad del pequeño delito: esos adolescentes salen a robar, generalmente a otros barrios. La ventana desde la que se los mira es la de una pensión cuya descripción podría juzgarse miserabilista, pero no lo es. La vitalidad sonora de los adolescentes y el desparpajo con el que se ocupa el espacio de la calle tienen poco de mirada populista conmisericordiosa. En la potencia del sonido hay un dato que no estaba en la literatura de los años veinte y treinta. El sonido no puede abolirse: está más presente que cualquier otro dato, es lo *real irreductible*, el medio en que se mueven los de la casa tomada. Sobre ellos, las basuras de los techos son elementos de una escenografía que sólo percibe el que se pone a mirar, el escritor: ve abajo y arriba, tiene una doble óptica para esos dobles planos.

Amontonamiento de cosas y personas: en los techos y las veredas, así como en la pensión, las distancias son mínimas, los personajes se chocan (o se ignoran, que es la reacción defensiva frente al choque siempre inminente) y, de modo inevitable, se escuchan. Imposible dejar de escucharse en el espacio 'público' de la vereda donde la música a todo volumen reduce las dimensiones. Para quien pasa por allí, el lugar está capturado por un grupo, territorio de los 'otros' donde hay que manejarse con cuidado. Edward Hall afirmaba que la proximidad o el hacinamiento son formas sociales de percibir la relación entre los cuerpos y el espacio que los separa o los pone en contacto, amigables u hostiles. Como el olor, la música marca límites, es decir, convierte el espacio supuestamente público en uno regulado por un grupo frente a otros individuos. El barrio es un conjunto de territorios, con leyes de fuerza y simbolismos. Escribe Romero:

Todo lo demás era un horizonte de terrazas en las que se acumulaban todo tipo de muebles en desuso, cajones de botellas, bañaderas y viejas antenas de televisión. Ese era mi paisaje.

[...]

Además del paisaje de terrazas, sobre la calle, podía ver constantemente a algunos de los habitantes de la casa tomada más cercana a la pensión, un grupo de adolescentes comandados por un gordo descomunal. Estaban casi todo el día en la calle, escuchando Los Redondos y cumbia villera a todo volumen; gritaban, reían y tomaban cerveza y formaban parte del espectáculo de mí compasión. Lo que yo llamaba “estado de ánimo topacio”: sentía lástima por mí, creyendo que la sentía por todos.

Pasolini. “Correvo nel crepuscolo fangoso”

Crepúsculo fangoso,
 detrás de grúas torcidas, de andamios
 mudos, por barrios impregnados
 con el olor de herrumbre y de harapos
 asoleados, que dentro de una costra
 de tierra, entre casuchas de lata,
 desaguaderos, alzaban sus paredes
 nuevas y ya arruinadas contra un fondo
 de lívida ciudad.
 Sobre el asfalto
 derruido, entre penachos de pastizales acres
 de excrementos y baldíos de barro
 negro —que la lluvia excavaba
 con tibiezas infectas—, las enormes
 filas de ciclistas, los quejumbrosos
 camiones de madera se perdían
 cada tanto, por centros de suburbios
 donde ya algún bar mostraba círculos
 de blancas luces, y bajo la lisa
 pared de una iglesia se desperezaban,
 viciosos, los muchachos.
 En torno a rascacielos
 populares, ya viejos, los marchitos

huertos y fábricas erizadas de grúas
 se estancaban en un febril silencio;
 pero un poco más allá del centro iluminado,
 a un costado de aquel silencio, azul
 una calle asfaltada parecía
 inmersa en una vida sin memoria. Aunque raros,
 brillaban los focos de una agria luz
 y las ventanas todavía abiertas,
 blancas de telas tendidas, palpitaban
 íntimas de voces. En los umbrales
 estaban las ancianas con sus ropas
 casi de fiesta, y límpidos, bromeaban
 abrazados los muchachos, con hembras
 más precoces que ellos.
 Todo era humano
 en esa calle, y allí estaban apiñados
 los hombres en ventanas y veredas,
 con sus harapos, con sus luces...

Parecía que incluso en su más íntima
 y miserable habitación, el hombre
 sólo acampara allí, y de otra raza fuera,
 aferrado a su barrio bajo un viento
 pegajoso y polvoriento y no fuera
 estado el suyo, sino una confusa
 pausa.

Y, sin embargo, quien pasaba y miraba
 sin la urgente necesidad inocente
 buscaba, extraño, una comunión,
 al menos en la fiesta del pasar y mirar.
 Sólo la vida alrededor: pero en ese mundo
 muerto, para él, había un presagio de Realidad.²⁶

Primera persona, evidente en italiano (*correvo, io correvo*) y no en castellano (corría yo, corría él). Quien corre en la calle ve y escribe. Se mueve en un atardecer cuyos colores han sido dominados por el barro, lo fangoso del suburbio; el barro *hace* suburbio

porque las materias primitivas siempre vuelven a surgir: lo reprimido de la tierra penetra y rompe el asfalto, el polvo se convierte en la cobertura de las casas. El suburbio es el lugar donde lo urbano no se estabiliza, el límite interior jaqueado siempre por lo no urbano, que no es campo, sino roña, deterioro, envilecimiento; en el suburbio los olores y las materias se impregnan y se mezclan, los huertos que subsisten se marchitan, los edificios siempre están a punto de envejecer prematuramente.

El suburbio es una disposición particular de las materias elementales: agua, tierra, metales. Todas sufren procesos que las carcomen o cambian su estado: el agua se pudre y se vuelve cristal, arcilla o gelatina, sopa inmundada de bichos nacientes; la tierra se mezcla con el agua para ablandarse y moldearse; a los metales los corroe la intemperie y son atacados por la humedad y los ácidos. En el suburbio se desordenan los procesos naturales en un medio que no es naturaleza. Por eso hay “huertos marchitos”. Pasolini ve la infección del suburbio, tibiezas infectas.

La oscuridad del barro y las ruinas de un paisaje industrial, compuesto por hierros y tirantes, piezas que perdieron la rectitud que las hacía máquinas cuando no exhalaban el “*odore del ferro*” sobre los barrios también metálicos, hechos de lata, recubiertos por una lámina dura, entre canales donde corre el agua servida, y donde, sin embargo, se siguen adosando paredes que ya son viejas cuando se las levanta contra el fondo de la “lívica ciudad”. La herrumbre es el destino del hierro en el suburbio, como si el metal fuera más débil porque está allí, y perdiera cualidades o sólo conservara aquellas que provocan su siempre inminente deterioro.

Corría (*correveo*), como corren sobre la ruta los ciclistas y los camiones, sobre el asfalto mellado, pisando los excrementos entre los pastos, el barro podrido y cálido por la podredumbre, en medio del baldío ennegrecido como el crepúsculo. Excrementos, sobrantes, es lo que sueltan los cuerpos en los descampados: perros, chicos inclinados sobre la hierba, que se seca por la acidez de los líquidos y los detritos.

Pero, de vez en cuando, hay bares que proyectan luces redondas sobre la calle y muchachos ociosos, como Ninetto, apoyados contra la pared de una iglesia, mostrando los músculos al estirarse

con sensualidad o pereza; llevan pantalones oscuros y camisetas blancas, tienen pelos ondulados y relucientes, perfiles de medallas antiguas. Todavía no parecen amenazadores, sólo *viziosi*, desocupados, *vitelloni*, personajes del neorrealismo, *ragazzi dei rioni*, *meridionali*.

Pasan los camiones por suburbios que, de vez en cuando, tienen un centro: su iglesia, sus bares, las fábricas detenidas por la noche, los grandes edificios de viviendas para pobres, que envejecieron, adonde llegan los inmigrantes de *Rocco y sus hermanos*. Después de los bares, una calle que en su inmanencia sin memoria parece de pueblo, con focos de luz amarilla y ventanas con cortinas como velas de barcos, que dejan pasar las voces; una calle de pueblo sobrevive en el suburbio y allí las viejas se acicalan y los muchachos no están solos sino con las muchachas, y los hombres van en grupo.

En el suburbio, los cuerpos están próximos: las viejas, los muchachos y las muchachas, los hombres; las ventanas dejan escuchar las conversaciones; las cortinas, más que aislar, iluminan los interiores, son fulgores blancos en la noche barrosa. La distancia entre los cuerpos se achica, así como las materias se entremezclan, dañándose, percutiéndose, provocando metamorfosis destructivas unas sobre otras. El suburbio pasa por alto la intimidad íntima, para poner en escena la intimidad pública. Hay una noción diferente de lo que puede verse, de lo que está permitido ver. Cuerpos humanos y materias de la naturaleza entran en una simbiosis peculiar en el suburbio: entre la vitalidad y el deterioro, como si los procesos fueran siempre incontrolables. El suburbio: una Realidad que se impone sobre la construcción. ¿En ese “mundo muerto” había para él (para el que corría) un “presagio de Realidad”? Bajo un viento sideral, que en el suburbio es “pegajoso y polvoriento”, el hombre acampa.

La partitura. Escribe Fabián Casas:

Puestos con ropas,
 golosinas, cámaras fotográficas,
 zapatos baratos, anteojos de sol, etc.
 Y más: personas esperando colectivos
 que parten hacia lugares determinados;
 trenes repletos que fuera de horario

ya no pueden representar el progreso.
 El cielo, cubierto de humo,
 vale menos que la tierra.
 Es definitivo,
 acá la naturaleza bajó los brazos
 o está firmemente domesticada en los canteros.²⁷

Trenes y naturaleza: ya no son lo que fueron hace medio siglo. La tecnología del transporte tenía su monumento en las grandes estaciones como Retiro, con sus bases de hierro y sus bóvedas de vidrio, o en el majestuoso edificio *Beaux Arts* de Constitución. Hoy, esos templos consagrados a una nueva forma de desplazarse por el espacio persisten como prueba de una degradación material, estética y técnica. Lugares para pobres, donde se exhiben las “golosinas” destinadas al mercado de pobres. La naturaleza, que un moderado paisajismo urbano pensó que podía quedar incorporada como fragmento, como respiradero y paseo en la ciudad, la naturaleza citada en las grandes plazas que enfrentan a la estación de trenes, no fue capaz de resistir bajo el humo ni fue capaz de prosperar en el trazado de jardines destrozados por la basura. De lo que fue una idea de ciudad, quizás nunca del todo posible, queda muy poco: el transporte de los pobres, que no respeta las reglas que una vez se impusieron; “fuera de horario” los trenes no son el progreso. Toda decadencia es irónica respecto de las pretensiones, los deseos, las ambiciones de quienes estuvieron antes.

Podredumbre y chatarra. Entre 1992 y 1995 Daniel García Helder excavó la arqueología de un recorrido que incluye Berisso, Avellaneda, el Riachuelo, hasta llegar a la estación del sur de la ciudad de Buenos Aires, Constitución.²⁸ Como Pasolini, atiende a las materias que han envejecido, huele la corrupción de las sustancias. Escribe cuando el hierro ya se ha oxidado en las maquinarias abandonadas, en los parantes de los edificios y los puentes. Es un paisaje después de la industria, donde sin embargo persisten los rastros de quienes trabajaron cuando todavía las materias no habían comenzado su proceso de desintegración. Hoy el paisaje muestra todos los signos de una decrepitud inútil.

Abandonado por aquello que lo volvía paisaje industrial viviente, conserva solamente la traza territorial del ferrocarril. El resto son ruinas de una zona desprolija, pero vibrante; ruinas que no están invadidas por una naturaleza amigable, como las de la Italia romana, sino por pastos secos, bañados por agua podrida (“rastros de espuma congestionada / en pilotes de lo que fuera un muelle, engrasados”). La villa y las ruinas industriales degluten la misma materia en estado de transmutación hacia la podredumbre. El interés por la materia en descomposición está en la otra cara de la modernidad industrial, la que se vuelve hacia aquello que no se ha impuesto ni ha triunfado (las acerías de Pittsburgh, las fábricas y los muelles de Manchester, las minas de carbón clausuradas). De donde se ha retirado la industria quedan las ruinas de objetos y edificios que, a diferencia del mármol de las ruinas mediterráneas clásicas, fueron construidos con materiales cuya plenitud reside en su brillo, su ensamble perfecto, la ausencia de decaimiento, el engranaje cuyos tornillos puedan girar porque no están cubiertos por una pátina perversa que les quita su función móvil o borra la ingeniería que supo armarlos desde partes separadas, aptas para el ensamble y el bulonado. El hierro puede ser elemento de un paisaje sublime para una mirada estética que construya en las ruinas modernas un mundo paralelo al de las ruinas clásicas o góticas. Pero los puentes herrumbrados, los galpones vacíos, la extensión de desechos industriales son más melancólicos que sublimes. Algo se ha perdido para siempre: el hierro herrumbrado no puede ser restituido a lo que fue, porque se ha debilitado, se ha corrompido, se ha vuelto inútil o peligroso.

Lo que se ve: chapas galvanizadas, chatarra, alambrados, alambres de púa, carteles de chapa, todo tiene la marca de una lejana fabricación industrial y de una decadencia presente, por oxidación, percusión, quiebre. Es un paisaje metalúrgico, artificial, producto del trabajo y de la desaparición del trabajo. Lo que no está herrumbrado está podrido; lo que no está podrido está agrietado; lo que funcionaba se ha detenido; y la naturaleza está presa dentro del mismo ciclo: el “agua bofe”, “agua negra”, la “espuma congestionada” del Riachuelo, el pasto reseco entre los adoquines,

“zarzas trepadoras de flores que el viento restregaba hasta aburrir, hasta matar”, la piedra sucia por el esmog, palmeras sin penacho, basurales y mugre, “flatos y bazofia”.

En estrofas regulares de cinco versos cuyos acentos a veces marcan el ritmo de un endecasílabo, García Helder presenta un contraste deliberado entre las ruinas del territorio y el ritmo del poeta que lo recorre. Otra colisión poética es la que se produce entre la cultura de las ruinas industriales (el trabajo, sus instrumentos organizativos, la técnica, los sindicatos) y la literatura que ofrece mitos antiguos que permiten rescatar esas ruinas de su inmediatez moribunda: por ejemplo, la metamorfosis de dos viejos cuyas cabezas podrían convertirse en cariátides, dos viejos que conversan en una esquina de nombre revolucionario y artístico: Quinquela y Garibaldi; el botero a quien le falta una pierna, que cruza el Riachuelo a la altura del corralón de Descours & Cabaud; la ausencia de un reloj, las agujas trabadas de otro. Imágenes siniestras que llevan el peso de la cultura, algo que García Helder preserva porque el paisaje obrero decadente es evocado no desde el populismo, sino desde una materialidad objetiva, que busca captar la dureza más que suscitar la piedad. Es el paisaje donde la naturaleza se ha ausentado y los temas clásicos muestran su imposibilidad, sobre la que Helder escribe: “si las aguas conservaran sus amenas propiedades”. Las han perdido porque ya no hay paisaje ameno, sino ruina.

El puente del ferrocarril y, paralelo, el otro puente desde, donde, vi
el crepúsculo en marzo caer sobre la barranca, sobre la villa,
caer de lo alto a lo bajo sobre lo negro, sobre ranchos humeantes,
sobre ramas de cualquier árbol seco, secas, y zarzas trepadoras
de flores que el viento restregaba hasta aburrir, hasta matar/

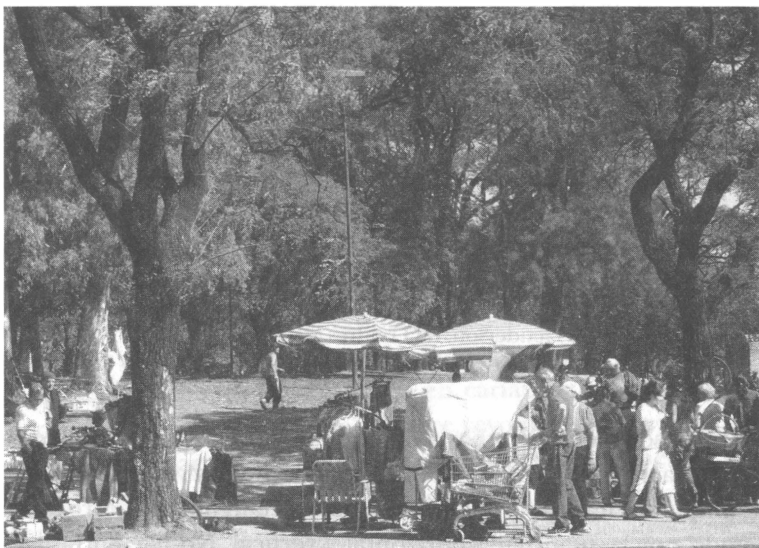
y vi, con los ojos pero vi, de espaldas bajo las mismas
nubes ya avanzadas, la piedra sucia de smog, bajo la T de la cruz,
los ángeles del campanario de Santa Lucía en número de cuatro
asomar por encima de un tapial con alambres de púa y un cartel
de chapa en rojo PELIGRO ELECTRICIDAD sobre blanco/

y una fábrica de galletitas y enfrente, escrito y rayado a la vez con birome negra en la puerta de un petit hotel estilo tódor
 MI VIDA SE CAE A PEDAZOS NECESITO ALGO REAL (FB '92) /
 y arriba en el friso dos bestias aladas cabeza de león cola de dragón
 sostener con las garras un escudo cuarteado en forma de aspa/

y vi ese otro que dice PELIGRO CABLE 25.000 VOLTIOS
 en el puente del Ferrocarril Roca manufactured by
 Francis Norton & C° Ltd, de Liverpool, consulting engineers
 Liversey Son & Henderson, de Londres, desde donde vi
 (leí) ΝΟΙΟΥΤΙΤΖΗΟΟ sobre el edificio de la estación/²⁹

Rejas. Desde Entre Ríos hasta el Parque Patricios, todos los negocios de la avenida Caseros están enrejados; no hay ventana que no duplique sus marcos originarios con un rectángulo de hierro atravesado por la cuadrícula horizontal y vertical. No hay entrada a ninguna casa que no tenga su reja. De noche, esta línea fortificada parece adecuarse a los peligros de la zona, pero en una tarde luminosa y despreocupada de domingo los barrotes son un anuncio de lo que podría suceder, o de lo que los dueños de los almacenes, los supermercaditos y los quioscos temen que suceda si no trabajan detrás de rejas. La calle es la galería de una prisión, con personas que desconfían unas de otras, a ambos lados, y cuyos movimientos están limitados por el doble cerramiento. Candados, mirillas también enrejadas, trancas de hierro acá y allá, algún revólver debajo del mostrador, cuyos usos aparecen, después, en las noticias policiales.

Este sistema de rejas no tiene más de una década. Es, para la historia del barrio, relativamente nuevo, pero resulta difícil imaginar que en un futuro se saquen las rejas y los quioscos vuelvan a mostrar sus estantes de golosinas y sus heladeras con latas de bebidas sin otra protección que el (hoy destruido) pacto tácito de confianza entre dueños y clientes. Las rejas le dan a Caseros un clima duro: donde hay rejas, de algún modo, *el barrio ha caducado*, porque no se ponen rejas sino para evitar a quienes, sean de 'por allí' o lleguen de más lejos ('de la villa'), no pertenecen a la categoría de 'vecino'. Lo mismo se ve en el Bajo Flores, cerca de la cancha



de San Lorenzo, y en las manzanas que rodean el barrio Illia: ventanas y puertas con rejas, aberturas mínimas por las que se desliza una botella, un video, un paquete de cigarrillos o de pañales, y se recibe un billete. La ciudad del miedo.

Hace cien años se había imaginado otro destino para Parque de los Patricios:

Entre 1907 y 1919 una cantidad considerable de realizaciones y proyectos de vivienda popular se van a concentrar en las inmediaciones de Parque Patricios: además de los conjuntos La Colonia y San Vicente de Paul, la manzana Butler (1907-1910), el proyecto no realizado de barrio municipal diseñado por Thays en los terrenos de la Quema (1911), y la primera Casa colectiva de la Comisión Nacional de Casas Baratas frente al parque (1919) [...]. Esta concentración de iniciativas –en algunos casos de alta calidad arquitectónica y urbana, y en todos los casos de notoria solidez en la dilución agreste del suburbio– podría explicar casi por sí sola la identificación hacia los años veinte de Parque Patricios como un “barrio cordial”.³⁰

III. VIOLENCIA URBANA

A quemarropa. De un relato de Osvaldo Aguirre:

El puesto de guardia quedaba justo sobre el ingreso a la playa del Mercado. Era una garita en medio de una calle de doble mano por donde entraban y salían vehículos, apenas un techo donde refugiarse si llovía. El custodio estaba sentado afuera, con una escopeta entre las piernas. Hablaba con otro viejo, un changarín que usaba lentes culo de botella y que después no pudo dar ninguna descripción. Tomaban mate y se rascaban. Era fácil; como habían planeado, se separaron antes de llegar.

Encaró César, porque el tipo, un jubilado de la Gendarmería, lo conocía, tenía cierto trato con su familia. Y también porque era más corpulento que Sebastián y podía impresionar.

–Dame eso –dijo, y le apuntó con el 32.

El custodio vio que el revólver no tenía balas. Pura chatarra. Se tiró hacia atrás en el asiento, montó su arma y le apuntó. Era una escopeta de culata recortada, de las que llaman pajeras, como las que usa la policía en la cancha. No se dio cuenta, y tampoco el changarín, pero ése no veía un elefante a cinco pasos de distancia, que Sebastián venía por el costado, en lo oscuro.

A lo mejor el custodio lo quiso asustar, hacer que saliera corriendo, porque conocía a la familia: venía a ser el tío de una novia que él había tenido, se saludaban cada vez que se cruzaban y vivía a menos de dos cuadras de su casa. Si por ahí el tipo hasta se ponía a hablar con la madre. Pero Sebastián se detuvo tan cerca que podía tocarlo con una mano y le pegó un tiro en la cabeza y otros más en la espalda cuando el viejo se fue de boca al piso, como si un camión invisible lo atropellara.³¹

Como en las noticias policiales, el custodio y sus atacantes se conocen. Como en las noticias policiales, el custodio no vacila cuando

piensa que puede hacer volar por el aire a su atacante con un escopetazo. Como en las noticias policiales, vagos parentescos de familia extendida (alguien que fue novia o novio de alguien, alguien que conoce a alguien, etc.); uno de éstos le pega un tiro en la cabeza, desde muy cerca, y lo remata, sin necesidad, una vez que el hombre ha caído al piso. Después de usarlo en esa muerte, el revólver “quema” y Sebastián se lo vende, por 20 pesos, a un boliviano. Las armas circulan, degradándose a medida que son usadas, porque se cargan con las muertes anteriores y se vuelven venenosas para quien las empuña. Pero circulan, porque siempre hay alguien que necesita un arma por 20 pesos. Días después, Sebastián apareció “con un revólver de juguete que tiraba balines. Se lo habían dado en la villa, en parte de pago, con unos pesos, por el 32 que no tenía balas”.

Otra noche necesitan un auto:

Llevaban las armas ocultas, pero el hombre que ocupaba el Peugeot pareció darse cuenta de sus intenciones. Puso en marcha el auto y probó el acelerador. Entonces se separaron: César fue a encarar al chofer, ya con la escopeta lista, y Sebastián, desviándose un poco, se acercó por el lado del acompañante.

–Tomá la billetera –dijo el tipo del auto a César–. Te doy toda la plata.

No era un careta sino un viejo como de 60 años: un remisero. Debía esperar un viaje; había que apurarse.

–Quiero el auto, no la billetera –dijo César.

[...]

El viejo le arrojó la billetera a la cara y subió la ventanilla. Acto seguido, aceleró.

César le tiró sin hacer puntería. El disparo entró por el vidrio de la puerta trasera derecha y siguió una trayectoria en línea oblicua que terminó en la cabeza del remisero.

Circularon las armas y fueron usadas, con la seca rudeza que deberían tener las noticias policiales y que sólo alcanza la buena

literatura. El circuito territorial de las armas pasa por las villas miserias, los fondos de las casas precarias, los pozos donde se las arroja para esconderlas de la policía o para guardarlas hasta que se las necesite de nuevo. Esa danza de las armas tiene el ritmo no controlado de lo que se va tomando: cocaína, bajón de cocaína, pastillas, que pueden ser o parecerse al Rohypnol. Una conciencia a veces acerada y despierta, otras veces brumosa, y las armas al alcance de la mano, defectuosas, pero certeras. El tiro entra por un lado, se desvía, choca contra un cráneo.

Cíber. Noticia policial:

Un niño de 12 años que había sido baleado en la nuca por uno de los dos delincuentes que asaltaron el cibercafé donde se encontraba falleció unos minutos más tarde del trágico asalto, según confirmaron a *La Nacion.com* fuentes médicas.

El jefe de Guardia del Hospital Mariano y Luciano de la Vega, del partido bonaerense de Moreno, confirmó que “el chico ingresó sin signos vitales a la institución”.

El episodio ocurrió esta tarde, a las 15:30 hs, en un comercio ubicado en Potosí al 2600 de la localidad de Villa Trujuy, en dicho partido del oeste del conurbano, donde la víctima se encontraba junto a otros pocos clientes. Según las fuentes, dos delincuentes armados ingresaron al cibercafé con fines de robo y antes de huir con dinero y teléfonos celulares, uno de ellos disparó, por causas que se investigan, e hirió al chico en la nuca. Tras el balazo, los asaltantes escaparon del lugar a bordo de una motocicleta mientras que el niño fue trasladado de urgencia al hospital local donde llegó sin vida, señalaron los informantes.³²

La televisión muestra un paisaje suburbano destartado, sin carácter, neutro, donde el ciber es el punto más alto de las atracciones al alcance de los vecinos: *video games* de aventuras por espacios que abundan en precisiones, detalles y cualidades (lo opuesto al

mundo real que parece esbozado, desprolijo, somero). El asesino vive a pocas cuadras y muchos dicen conocerlo de vista. Otros están en mejores condiciones para discurrir sobre los motivos del suceso, inscribirlo en una serie que permita comprender la muerte del chico más allá del estallido de la irracionalidad o de la locura. Las fotos de los diarios y los planos de la televisión me recuerdan las palabras de un habitante de una *barre* del complejo Quatre Mille, en Courneuve, cerca de París, donde sucedieron algunas de las manifestaciones más violentas dos años atrás:

Cuando no te sientes bien adentro, cuando no te sientes bien afuera, no tienes un trabajo, no tienes nada que sea tuyo, entonces rompes las cosas, es así. Todo lo que hacen para tratar de reparar el basural y el hall de entrada, la pintura, no sirve para nada; lo van a romper enseguida. Así no va. El problema es todo. Hay que arrasar con todo.³³

En 1996 Françoise Choay escribió “Patrimoine urbain et cyberspace”.³⁴ Por una inesperada ironía el título de la ponencia de Choay conjuga dos nociones que también están unidas en el asesinato del chico pobres de Villa Trujuy: patrimonio urbano (ausente, asediado, precario y físicamente peligroso) y ciberespacio (en un medio hostil, completamente distinto al funcionamiento sin fisuras de los paisajes simulados en los *games*, que pueden ser desolados, amenazadores, pero siempre bonitos y atestados de pormenores). Para Choay, en el ciberespacio se ha localizado un cambio social que exige cambios en el espacio real; es el punto de incidencia de las técnicas sobre lo urbano y sobre las relaciones que se mantenían tradicionalmente allí. El ciberespacio como “horizonte de toda prospectiva”.

Ese horizonte evocado en 1996 no es ya una línea abstracta sino un espacio virtual que se cruza con el espacio real: no sólo las capas medias sino los chicos pobres de Villa Trujuy están incluidos allí. El chico asesinado celebraba su cumpleaños en un ciber, jugando en red. Su diversión transcurría en el nuevo espacio, pero contaminado por el espacio de la calle; el disparo que le dio muerte fue real y destruyó su cabeza y el monitor.

A juzgar por las fotos, el espacio real podía ser el de una ciudad deteriorada de un espacio virtual *mal* diseñado: la nada por todas partes, sólo el ciber, la calle, ninguna indicación de cualidades urbanas. Pobreza, precariedad. Como diría el habitante de las Cuatro Mille: dan ganas de romperlo todo, una vez que el *video game* ha concluido. Es más: sorprende que todavía no hayan roto todo.

El ciber donde aconteció la muerte es sólo una vidriera y una entrada sin ningún rasgo, sin el atractivo de una decoración. Todo se concentra en las pantallas: hay que entrar sin mirar, salir sin mirar, no hay nada que ver, no hay distribución de signos, ni arreglo del espacio, todo está reducido a sus funciones básicas, como si se tratara de un refugio de supervivencia para náufragos: “El ciberespacio es emblemático del desinterés por los espacios orgánicos”, escribe Choay. No se trata de una responsabilidad del ciberespacio, de una falla atribuible a él, sino de una ausencia de la sociedad que el ciberespacio compensa como puede (mal, cuanto más pobre sea el cibernauta).

“No se puede evitar la pregunta: ¿los viejos modos de organización del espacio local conservarán algún sentido? Las prácticas de fabricación y de apropiación de un espacio articulado, a escala humana, ¿están condenadas por la lógica de la conectividad en provecho del volverse periferia de un territorio devorado por parásitos?” No sabemos construir ciudad a nivel local. La falta de ciudad equivale a la falta de “un valor antropológico esencial”, porque aún no existe un sucedáneo del espacio real, ni sabemos si ese sucedáneo existirá en un futuro próximo. El ciberespacio tiene muchas potencialidades y ha cumplido algunas de sus promesas. Pero nunca prometió, salvo en las distopías de la ciencia ficción, reemplazar lo que sucede o puede suceder en el espacio real, donde el disparo de un arma sigue manteniendo su poder incontestable.

En la barriada sin cualidades los delincuentes son conocidos, tolerados por miedo, amparados por lazos de amistad o de familia, por esos lazos de la solidaridad primaria que subsisten cuando otros se disuelven.³⁵ En ese lugar sin atributos el ciber es más horrible que una carbonería de los años veinte y, sin embargo, promete una heterotopía imaginaria, único lugar donde las calles realmente existentes son reemplazadas, durante una hora, por una disposición del espacio virtual que es más atractiva (nada puede

ser menos atractivo que ese barrio). El crimen real explota en el borde del espacio virtual, junto con la cabeza del chico salta la pantalla de un monitor. La crueldad es evidente, pero también la motivación sostenida en la ausencia de motivos.

La ciudad que puede reformarse (la ciudad siempre ha sido un objeto arquetípico respecto del cual se pensaron reformas) se fue de esos suburbios o nunca estuvo allí.

Hechos rojos. Un chico de 6 años que jugaba en el pasillo de una villa miseria murió por el impacto de un proyectil durante un enfrentamiento entre bandas de narcos; dos ladrones organizaron un *raid* por los barrios de Buenos Aires, tomaron media docena de rehenes y la policía los acribilló con cuarenta balazos; un quiosquero, un almacenero, un farmacéutico, un carnicero mataron a tiros a unos tipos (“seguramente drogados”) que quisieron asaltarlos; varios jóvenes delincuentes, fuera de sí, mataron a tiros a un quiosquero, a un almacenero, a un farmacéutico a quienes estaban asaltando.

Todos los días hay robos, atracos, accidentes callejeros, violencia armada en las villas miseria y también en los barrios ricos; en el centro de la ciudad, a la salida de las discotecas, los clientes se pelean a golpes casi todas las noches y, de vez en cuando, muere alguien (y *no sólo* un boliviano asesinado por un patovica); en las cárceles, casi un tercio de los internos tiene VIH por las violaciones y el consumo de drogas; más de la mitad de los que salen en libertad vuelven a delinquir en los dos meses siguientes; se venden permisos de salida a delincuentes presos por homicidio; los motines en las prisiones son tan habituales como las agresiones de las barras bravas durante los partidos de fútbol. La lista de los casos de violencia urbana es prácticamente infinita. El miedo organiza la relación con el espacio público, instalado, a partir de datos reales, por una sinfonía televisiva que no baja del *fortissimo*, con el efecto amplificador del sensacionalismo.

Pero las ciudades no son homogéneas. Hay diferencias incommensurables entre los barrios de Buenos Aires: no es lo mismo decir Villa Soldati, Villa Riachuelo, Pompeya o Lugano que Caballito

o Palermo. Un abismo divide la ciudad y muchas zonas del Gran Buenos Aires con las que limita. Eso se llama diferencia social.

Es cierto que, comparada con su propio pasado, la ciudad no es la misma. Pero ¿es necesario comparar sólo con el pasado? Si pensamos en Bruselas o Berlín, Buenos Aires o Córdoba son inseguras. Pero tampoco se parecen a decenas de grandes ciudades latinoamericanas donde es estadísticamente más peligroso viajar en transporte público o divertirse los fines de semana, cuando muere una decena de personas, y en los hoteles advierten a los turistas que no se les ocurra salir a hacer *jogging* si aman la vida.

Las encuestas indican que el setenta por ciento de quienes las responden afirman conocer a alguien que fue asaltado en el último año. Se toman rehenes, se los mutila, se mata por unos pocos pesos: el nuevo estilo de la delincuencia es brutal. Pero no sólo las ciudades argentinas sino el mundo entero ha cambiado desde 1960. Y, además, los que recuerdan los años sesenta son viejos que no hacen trabajo estadístico sino que simplemente consideran que la juventud fue siempre una época mejor.

Imaginario de la violencia urbana. En los recuerdos del pasado reciente también podría encontrarse un hilo que conduzca a los años de la dictadura, donde se vivió la paradoja de una máxima inseguridad jurídica junto con una tasa relativamente baja de pequeños crímenes urbanos. Mientras la dictadura asesinaba por decenas de miles, las ciudades estaban ordenadas por el Estado autoritario. Para quienes no estaban en el foco de una represión que, en la mayoría de los casos, significaba muerte o tortura, Buenos Aires era una ciudad cuyos habitantes adultos percibían como segura. Era, en cambio, oscuramente enemiga de los grupos juveniles, hostilizados no por la delincuencia, ni por sus propias reyertas, sino por la policía.

Ahora bien, el deterioro de la seguridad urbana se ha acentuado. Sus efectos en el imaginario no son políticamente controlables ni pueden refutarse con los números del terrorismo de Estado ejercido entre 1975 y 1982. Los efectos imaginarios son eso: una configuración de sentidos que se tejen con la experiencia pero no sólo con ella. Por diversas razones, muchas de ellas enteramente

objetivas, la ciudad de la transición democrática, la ciudad del último cuarto de siglo, es percibida como más insegura que la ciudad controlada por un Estado terrorista.

Así las cosas, no se trata de demostrar que el imaginario se equivoca. Dentro de las posibilidades de lo imaginario no está la de equivocarse. Con el imaginario no se discute.

*Experiencias de ciudad.*³⁶ Aunque la prensa dramatice la inseguridad en que viven los vecinos afluentes, sin duda es en los sectores más deteriorados de los barrios del sur y en las villas donde el problema atraviesa todos los pliegues de lo cotidiano, ya que la droga de más baja calidad circula entre sus jóvenes y por su intermedio, y los delincuentes más agresivos tienen a la villa o los barrios muy populares como aguantadero. Es allí donde también se extiende el territorio de una policía sospechada de corrupción. Rodeando a la ciudad, el Gran Buenos Aires ofrece un patético y grotesco entramado de villas miseria y barrios pobrísimo, viejos barrios obreros consolidados donde hoy campea la desocupación y franjas enormes de nuevas urbanizaciones cerradas (los llamados *country clubs* y barrios privados, que son la versión periférica de las *gated communities* norteamericanas). En el sur de la ciudad y en las urbanizaciones del Gran Buenos Aires la violencia es un dato cotidiano ineliminable.

El Estado no está en condiciones de garantizar la paz entre los miembros de la sociedad ni de proteger a los agredidos, ni de evitar que unos y otros se conviertan en agresores. La circulación y venta clandestina de armamento, la debilidad o la corrupción de las fuerzas policiales, el desorden de la represión cuando reprime casi siempre excediéndose, son los vientos que llevaron al naufragio. No se necesita ser filósofo de la política para percibir que el contrato originario (que, como toda narración, subsiste como mito) está fisurado y que el Estado, pese a los reclamos y a las intenciones de algunos gobernantes, no logra hacer aquello para lo cual fue instituido.

Pero hay otra dimensión de esta crisis de seguridad: la debilidad de la pertenencia a una sociedad que ha estallado en escenarios. Michel Maffesoli indicó el debilitamiento de los lazos

que definieron la pertenencia a una sociedad “moderna”, y la emergencia de configuraciones “de proximidad”, inestables pero intensas, que cambiarían como las figuras de un caleidoscopio, aunque sus miembros inviertan en ellas una afectividad alta. Estas “nebulosas afectivas” pueden persistir en el tiempo (es el caso de las deportivas) y provocar identificaciones más fuertes que las sociales.³⁷ Néstor García Canclini subrayó la relevancia de la figura del consumidor, definido en relación con el mercado y no con otras instituciones de ciudadanía, como articulador de un nuevo tipo de identidades.³⁸ Si no se puede consumir y la identidad relevante es la del consumidor, aquellos sectores juveniles más tocados por la magia de la mercancía como dadora de identidades y prestigios “se roban las zapatillas o el buzo de marca”, con una violencia que, hasta hace algunos años, se reservaba al crimen pasional o a los grandes enfrentamientos entre delincuentes y policía. No hay medida que ponga en relación lo obtenido en un robo y la violencia con que se lo encara.

Paisaje después del ajuste. Las transformaciones económicas de la década del noventa en América Latina (lo que se ha llamado el “ajuste”) impulsaron en una misma dirección. Para quienes forman parte de la masa de desocupados y subocupados parece débil y remota la idea de que la sociedad es un espacio donde hombres y mujeres no están inevitablemente destinados a la frustración y al fracaso. Más bien, su experiencia señala lo contrario: que sólo excepcionalmente puede evitarse el fracaso.

El espacio social de los sectores populares se ha fragmentado, además, por otras razones suplementarias. Se han reconfigurado las ciudades, divididas por barreras culturales intimidatorias y por las diferencias en los consumos materiales. La crisis de seguridad afecta e inmoviliza a quienes viven en barrios populares, obligados a garantizar, en todo momento, una presencia en sus casas para evitar depredaciones y robos, condenados al aislamiento en viviendas donde el equipamiento cultural es mínimo. La movilidad en el tiempo de ocio se reduce y, en consecuencia, también se achican las posibilidades de contacto con otros niveles y consumos sociales. Pero las causas de esta fragmentación serían en cualquier caso

transitorias si no estuvieran potenciadas por otras disposiciones de carácter más estable. O si ellas mismas no generaran disposiciones estables.

En este paisaje explosivo la violencia urbana no es sorprendente sino previsible. Sus razones no son simplemente una consecuencia de las transformaciones económicas, sino también de la dispersión simbólica que se produce en un medio donde el horizonte de expectativas es precario. Los pobres no salen a delinquir. Los que salen a delinquir son los que viven en una cultura desestabilizada, entre otros factores, por la desocupación y la pobreza. La violencia no está, por supuesto, ligada sólo al delito. Hay violencia en el fútbol, en las diversiones de fin de semana, dentro de las familias, contra las mujeres y los niños, en el trato diario en la calle y entre bandas de adolescentes o de jóvenes. En un clima de hostilidad se ha generalizado la violencia armada allí donde, hace pocos años, sólo era excepcional.

Hay que agregar la droga como dato nuevo, cualitativamente diferente de sus usos y su cultura en el pasado (la actual no es la droga hippie, ni la droga de los trasnochadores, ni la droga de quienes, de Michaux a Huxley, buscaban experimentar con la subjetividad y las percepciones). Tradicionalmente, éste no fue un tema de los sectores progresistas: desde los años sesenta, la cuestión de la droga había sido encarada como una reivindicación libertaria especialmente en las capas medias modernizadas. Hasta hace poco la Argentina no fue un lugar de destino, ni un mercado importante, ni un puerto de pasaje decisivo para las redes internacionales. Hoy ha comenzado a ser las tres cosas al mismo tiempo.³⁹

La relación de la droga con algunas de las manifestaciones de la violencia urbana opera en dos niveles. Por un lado, están los hechos que, de modo directo o indirecto, tienen que ver con las consecuencias del consumo o del tráfico. Pero, por otro lado, de modo muy espectacular, la sociedad parece haber despertado de un sueño agradable en cuyo transcurso la Argentina estaba relativamente limpia. Hoy nadie cree eso. Por el contrario, la idea de que la droga es una causal de la violencia es un dato del sentido común que casi no hace falta probar: en la descripción de la violencia, sus testigos o sus víctimas casi siempre creen identificar agresores jóvenes y drogados.

Los intérpretes autorizados. Escribe Lila Caimari:

El miedo al crimen no es nuevo, pero tiende a *ser pensado* como nuevo. Las colecciones de diarios de las hemerotecas de Buenos Aires nos dicen que el delito del presente –sea éste el del siglo XIX, el XX o el XXI– siempre se ha recortado en oposición a un pasado imaginario en el que dicho temor era insignificante. ¿Hoy hay más crimen que ayer, por eso ayer vivíamos mejor? Síntoma del malestar ante el cambio, el crimen es un tema del archivo crítico de la modernidad urbana –la de Buenos Aires, y la de tantas ciudades–. Esta nostalgia no opone simplemente la *cantidad* de crimen de ayer a la de hoy. Cada época constata también un deterioro *cualitativo*: además de menos frecuente, el crimen de antes era mejor –menos dañino, más previsible, moralmente más inteligente–.⁴⁰

Esto es lo que el archivo les permite decir a los historiadores. El archivo vale. Pero no vivimos en el archivo, sino, como también señala Caimari, en sociedades mediatizadas donde los medios de comunicación procesan los datos de la experiencia, los refuerzan o los socavan, aunque no puedan contradecirlos abiertamente salvo en la ficción e, incluso en este caso, sólo según ciertas reglas. Los medios informan sobre aquello que sucede más allá de los límites de la experiencia vivida. En el caso de la violencia urbana, abren también una esfera judicial ficticia, una especie de actuación teatral que, a veces, tiene repudiables consecuencias sobre la justicia de los jueces y las leyes que los legisladores introducen o modifican bajo la presión de una opinión pública agitada no por dirigentes sino por víctimas.

Por un lado, los medios presentan un registro ‘documental’ de la violencia. La palabra ‘documental’ es la más adecuada para designar el estilo de los emisores populares. Se trata, por supuesto, del ‘documentalismo’ como género televisivo. La información recurre a la toma directa de los sucesos en el momento mismo en que se están produciendo: un asalto con rehenes se transmite en directo;

algunos programas acompañan a las brigadas policiales porque reciben avisos, a causa de un sistema de relaciones bien tramado entre medios y destacamentos policiales. Pero aun en los casos (que son la mayoría) en que el registro comienza después de que los hechos hayan terminado, lo que se capta de modo 'documental' son las consecuencias del acto de violencia: cadáveres, escaparates destruidos, agujeros de bala en las paredes, autos chocados durante la persecución, el cuerpo herido de las víctimas vivas cuando llegan a los hospitales, las declaraciones de los familiares, los testigos o de quienes afirman que lo fueron.

El relato es 'documental' hasta el extremo de que casi no hay cortes en los canales más populares, pero tampoco en otros que quieren distinguirse del periodismo amarillo sin dejar de sucumbir a sus encantos y sus oportunidades de lucro. Las secuencias son prolongadas, con alzas y bajas de la tensión narrativa. Se presenta *une tranche de vie crapuleuse*, en la tradición naturalista costumbrista que confluyó, hace más de cien años, con la crónica roja. El desorden narrativo ofrece la prueba de la verdad referencial; se muestran los hechos al mismo tiempo que están sucediendo o lo más cerca posible de ese lapso. Esta proximidad temporal con lo sucedido es un argumento decisivo en la competencia capitalista por el mercado de la primicia.

Técnicamente, estas tomas directas llevan las marcas de lo 'documental': cámara en mano, cuadro permanentemente reconstruido por la búsqueda de lo que está sucediendo; imprecisión de las imágenes por una iluminación natural no preparada para la toma o preparada de manera demasiado imprecisa, para que nada de lo que suceda escape a la posibilidad de ser capturado; violentos cambios de foco obligatorios porque no hay un objeto predeterminado sino una multiplicidad de objetos que se van volviendo significativos para el relato (puertas que se abren o se cierran, autos que salen o llegan a toda velocidad, camilleros que corren con sus cargas de cuerpos heridos, familiares o amigos de las víctimas que, enfurecidos, exigen justicia inmediata o cosas peores).

Los medios reclaman, como parte de los derechos de prensa e información, la posibilidad de realizar estas tomas directas en el momento mismo de los acontecimientos. En nombre de la libertad de

información transgreden disposiciones explícitas de los jueces, arriesgan la seguridad de detenidos o rehenes y alimentan una indignación perfectamente comprensible en las víctimas pero que se extiende a los comentaristas no implicados en el suceso. En los diarios sobre papel, la crónica roja se ha convertido en crónica cotidiana, desbordando los límites del género y ganando el lugar de la “información general”. Ya no hay página ni sección policial propiamente dicha, sino que este tipo de noticia atraviesa el diario, radicándose más intensamente en algunas secciones y compitiendo en tapa. Jesús Martín Barbero escribió: “Los medios viven de los miedos”.⁴¹ Lo contrario también es cierto. La ciudad real, los suburbios reales y los de los medios a veces coinciden y otras se contradicen. Pero, en cualquier caso, los medios ofrecen una idea de ciudad y de suburbio que puede ser más fuerte que la experiencia.

No tiene sentido comparar la “realidad de la experiencia”, porque ella no existe sino mezclada (como si se tratara de pigmentos de dos colores) con la “realidad de los medios”. Durante todo el siglo XX, la experiencia de ciudad utilizó un conjunto de palabras o de imágenes para construirse periódicamente: las notas de costumbres, las policiales, el circuito de los rumores, las opiniones autorizadas. *No hay ciudad sin discurso sobre la ciudad*. La ciudad existe en los discursos tanto como en sus espacios materiales, y así como la voluntad de ciudad la convirtió en un lugar deseable, el miedo a la ciudad puede volverla un desierto donde el recelo prevalezca sobre la libertad. La ciudad se parte y de su utopía universalista se arrancan pedazos que *unos* consideran extraños porque justamente allí están los *otros*.