

La imagen etnográfica como búsqueda de identidad en el espacio público urbano.

..

Basado en la investigación "Ocupar y Transitar, género e identidad en el espacio público urbano. Tesis para optar al título de antropólogo. Carrera de antropología. Universidad Academia de humanismo cristiano"

El Paseo Ahumada, en el centro de Santiago, es un lugar hiper fotografiado. Camarógrafos y fotógrafos, tanto independientes como pertenecientes a alguna institución, se trasforman en un actor más de esta vía peatonal. Su presencia es asumida como parte de la cotidianeidad y deja de despertar la sorpresa que despertaría en otro tipo de espacio público.

Las imágenes de la multitud en tránsito por el Paseo, son abusadas por los medios para rescatar allí, un imaginario de unidad social y nacional. Diariamente en los noticieros de la noche, en los matinales y otros espacios televisivos, se reiteran las entrevistas para consultar sobre problemas de interés nacional, como si allí residiera la opinión del "ciudadano medio". En ocasiones se exhiben las imágenes como trasfondo al simple relato de problemas relacionados con el país en general; los problemas de violencia, las afecciones a la salud, el stress, los problemas de seguridad, las tendencias del consumo, etc.

Una y otra vez, las imágenes de los cuerpos en movimiento, como soplidos, inhaprensibles, en ocasiones recurriendo a ángulos cerrados en el caminar de los transeúntes, medios cuerpos, cabezas en movimiento. ¿Qué es lo que persiguen estas imágenes? Fundamentalmente, sumar al telespectador a la vorágine del tránsito y el anonimato. En ese proceso del no reconocer a nadie, el individuo telespectador se representa en la multitud, como un "uno que es todos", expresión del todo social, que sin embargo lo anula como "actor social", distante e incluido a la vez, en una sola identidad, la del tránsito.

..

Sin embargo, los caza- imágenes del Paseo Ahumada, acuden también con otros fines. Algún reportero, repentinamente sensibilizado con lo que pasa en el entorno urbano, decide aportar un brochazo "cultural al noticiero" o un reportaje especial para el informe especial y documenta los acontecimientos del Paseo Ahumada con otro tipo de mirada. Es un enfoque semi- documental marcado por el rescate de personajes típicos; Los lustrabotas, los evangélicos, los suplementeros, los mendigos, los protagonistas del debate religioso y político, los músicos y humoristas. Son enfoques por lo general, marcados por el rescate

de una cierta musicalidad urbana, los gritos y cantos se concatenan como parte de un todo, que se hace representar como núcleo de la idiosincracia urbana, esta vez, restringida al contexto Santiaguino. Se trata por lo tanto, de la folclorización del espacio público, que caracteriza tanto a periodistas, como a un número variado de fotógrafos independientes, estudiantes universitarios y artistas.

Estas dos miradas, se caracterizan por negar la particular identidad del sujeto que se fotografía, sumergiéndolo en el simbolismo del conjunto humano en el cual esta inserto. En el primer caso, el proceso de ocultamiento de los sujetos, a través de la utilización de su propia imagen es especialmente radical. Allí lo que importa es sintetizar la idea del tránsito urbano en una serie de cuerpos en movimiento, el destinatario de la imagen, lejano espectador, es invitado a representarse en un conjunto social, sintetizado en el dinamismo de la imagen. Esas visiones de seres anónimos, siempre móviles, reservados, sin capacidad de hacerse reconocer, sirve de contenedor a mensajes cargados de mensajes dirigidos al control social.

En el segundo caso, el proceso es mucho más ingenuo. Allí se rescatan personajes concretos, voces, sonidos, las imágenes complementan alguna entrevista. Sin embargo los sujetos continúan, siendo fotografiados con el fin de someterse a un mensaje, la heterogeneidad de expresiones sociales que sintetizan el poder evocador del Paseo Ahumada. La diferencia fundamental es que el ojo no está puesto en los transeúntes, sino que hay una atención a la heterogeneidad de grupos y colectivos, trabajadores de distinto tipo, activistas étnicos o políticos, actores de encuentros y relaciones típicas, difusas e interactuando con la multitud en tránsito.

Esta manipulación, intencionada o inocente, de cuerpos, miradas y rostros, en función de la construcción de un símbolo, de una representación social, se hace sentir en el contacto directo con los transeúntes. La incursión del etnógrafo cámara en mano, no pasa inadvertida. Enfrentados al lente, la mayor parte de los transeúntes y ocupantes cubren sus rostros y niegan el permiso a ser fotografiados. Existe de hecho, una discriminación respecto de que tipo de cámara se acepta. La televisión por lo general tiene pasada libre a todos los rostros, los peatones se acercan de refilón detrás del entrevistado, los evangélicos la enfrentan micrófono en mano, interpellando al telespectador. La cámara de televisión es asumida como un instrumento de validación social, un elemento que permite expandir la propia presencia.

La intervención de una cámara automática, de pequeño formato por su parte, también es aceptada por la mayor parte de los transeúntes, quienes pretenden ignorarla, mientras alzan levemente la cabeza sin poder sentir la apertura del obturador. Una cámara de gran tamaño, en cambio, en manos de un individuo

x, es sensiblemente rechazada por una gran parte de los transeúntes. Existen reacciones de franco rechazo al fotógrafo, el evangélico, en vez de enfrentarla, lo expulsa de antemano, el Mapuche grita ¡no somos materia folklórica señores! y niega con la mano, quienes descansan en las macetas se cubren el rostro, de modo de impedir que el "rapto" de su imagen pueda llevarse a cabo.

En los casos en que se solicita permiso para obtener la fotografía, la actitud cambia. Los trabajadores callejeros usualmente ponen una serie de obstáculos iniciales, reclaman en contra de los periodistas, los acusan de hacer una mala utilización y denigración pública de sus imágenes, sin embargo, finalmente, aceptan el rito y se yerguen frente al lente, cuidando con esmero su presentación. Existen dos grupos especialmente flexibles frente al lente; los grupos de hombres que se juntan en los cafés y en esquina con Huérfanos (debates religiosos) y algunos grupos de mujeres jóvenes (escolares en especial). Dos grupos que demuestran un característico sentido de propiedad y dominio sobre el espacio.

¿Qué se puede esperar de un acercamiento etnográfico a este espacio, a través del rescate de imágenes visuales? , ¿Cómo hacer etnografía visual de un espacio hiperfotografiado? La etnografía se entiende como una técnica de investigación destinada a profundizar en el conocimiento de una realidad, decodificándola mas allá de sus aspectos aparentes, de su estructura visible desde un observador externo. La etnografía debe ocupar, en ese sentido, el espacio aún no abierto, por estos dos tipos de relato visual del espacio público. Pero ¿cuál es ese relato? La imagen etnográfica hace el intento de expresar la percepción del sujeto como un productor de identidad en el espacio. La etnografía en ese sentido, se propone aquí como una técnica para profundizar en el conocimiento de las relaciones y recoger los significados que se adscriben a esas relaciones, de acuerdo a la construcción identitaria de los distintos sujetos.

La investigación rescata la percepción del sujeto, al enfrentarse a la heterogeneidad social del espacio público, a esa "sociedad" en movimiento y a las distintas expresiones colectivas que ocupan esta vía como un escenario de demandas y debates. Es el sujeto enfrentado a los otros, juzgado, valorado por los otros y el que juzga y valora, como un medio de reconstruir en esas relaciones, una definición de sí. Es el sujeto tensionando entre tres referentes fundamentales; sus búsquedas individuales, la adscripción a un grupo de ocupación y la inclusión en una "sociedad" mayor, representada en el espacio público.

La imagen etnográfica debe en ese sentido, reconocer la experiencia singular de los sujetos del espacio público, aquellos significados que se construyen mas allá de ese espacio y que se reprocessan y tensionan en ese espacio. Cada sujeto porta su propia memoria e identidad y es esta experiencia la que le da

sentido cultural al espacio público. Son estos actores, ocupantes estables y transitorios, los que nos permiten comprender en profundidad, las características particulares del tipo de relación que impera en el espacio público urbano y la imagen se pone al servicio de ese objetivo.

Este es el esfuerzo que proponemos en esta serie de fotografías. Un intento por reconocer aquello que está tras los velos del abuso de la televisión y de la folklorización del espacio, un encuentro con quienes silenciosamente, veladamente, construyen la experiencia cotidiana en esa vía peatonal y graban allí sus rostros, gestos y movimientos. Entendemos en ese sentido que los trajes de suplementeros, lustrabotas u oficinistas, reflejan ciertas estrategias de ocupación, detrás de los cuales están los sujetos, con su particular nombre e historia. Allí, trabajadores, transeúntes, grupos de sociabilidad y acción pública, luchan simultáneamente, por ser integrarse socialmente y a relevar su subjetividad respecto de los otros.

..La mirada etnográfica: ..

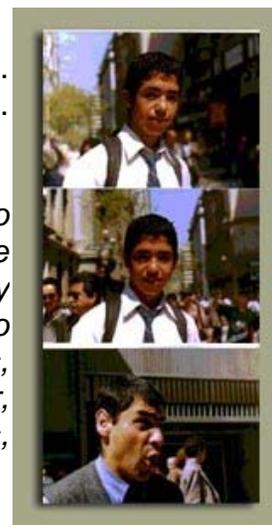


"Se exhibe a la multitud en tránsito, como forma de concretar un imaginario de comunidad nacional"

"El Paseo Ahumada para mí, siempre me he imaginado que es Chile después del 73` buscando su origen, buscando lo que ellos fueron, ellos tenían, ellos pensaban () de hecho, ahora pasas por el paseo y encuentras a los Mapuche, entonces ya te estas encontrando firmemente con tus raíces, con lo que es la esencia del pais en sí"

1. JONATHAN MEDEL: ESTUDIANTE.
2. JONATHAN MEDEL: ESTUDIANTE.
3. CARLOS VASQUEZ: PREDICADOR.

"Al estar uno en la calle, al estar todos los días en contacto con las necesidades que tiene la gente, uno va tomándose otra expectativa de la vida, de que realmente hay diferencias, de clases sociales, de credos, de dogmas, pero al fin y al cabo los seres humanos somos todos iguales, todos tenemos las mismas necesidades de vestir, de comer, de beber, formar un hogar, que nos quieran, ser amados, querer, ser sentido y sentir"



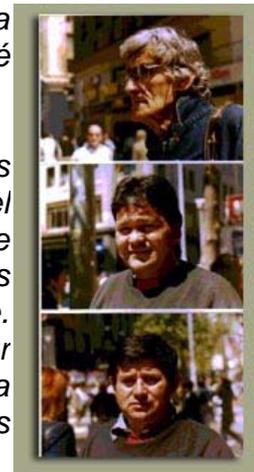


1. ANA LUZ GARCÍA: DUEÑA DE CASA.
2. CECILIA LLAÑEZ: PREDICADORA.

"Que no nos miren como ángeles caídos del cielo porque no lo somos, que no nos miren como extraterrestres" porque no lo somos, que nos miren como personas, tenemos debilidades, flaquezas, somos personas. La única diferencia es que Dios nos ha escogido"

"Antiguamente éramos muy privilegiados, no teníamos la competencia desleal de las mujeres, ahora entran a cualquier parte. Perjudica en que el lenguaje no puede ser tan procaz ni tan auténtico, hay un recato natural, el más pelafustan cuando hay alguna mujer se recata. El último gallo de la sociedad ve a una mujer y trata de disfrazarse, entonces ahora en el café están muy caballeritos"

"El cliente, ¡que es cliente! , nunca te va a decir- oye, si vos soy lustrabotas- nunca te va a decir esa hueva", siempre el compadre te va a tratar como tu vales como persona. Porque aquí el cliente tuvo problemas en la casa, con su mujer, sus hijos y el hombre no encuentra con quien mierda desquitarse. No sé puede desquitar con el micrero, no se puede desquitar en el auto, con los que van en el metro, entonces llega a conversar con el lustrabotas, le confía las cosas más íntimas de él al lustrabotas "



1. HUGO HIDALGO: HABITUÉ DEL CAFÉ HAITÍ.
2. CARLOS VALENZUELA: LUSTRABOTAS.
3. JORGE PARDO: LUSTRABOTAS.

Yo me doy cuenta que voy controlando más, mucho más la conducta de la gente, que puntos calza, porque la gente siempre hay que medirla primero, que tipo de persona son, hay gente que habla trivialidades, tu tienes que dejarlo a un lado, a mí lo que me interesa es gente que puede conversar contigo y tu puedes aprender de él, más que yo, tratar de decirle a los demás lo que pienso, trato de aprender.



1. PATRICIO PERALTA: ASEADOR MUNICIPAL.
2. HUGO HIDALGO: HABITUÉ DEL CAFÉ HAITÍ.

"Por la pinta, por los zapatos, por las carteras, te das cuenta que llegó un tipo de población de clase media que entra y sale de las tiendas, un tipo de clase media que se compra todo con tarjeta"

de crédito, se está gastando lo que no tendrá mañana. Te das cuenta de que somos demasiado consumistas en este país, observar eso te sirve para decir, ¡para! , ¡no! No quiero eso ni para mí, ni para mis hijos"

1.CAROLINA HERRERA: ESCOLAR.

