

BAJO TOLDO Y TECHO LA PLAZA DE MERCADO

Es como en las antiguas ferias medievales que impulsaron la economía del trueque al incipiente sistema capitalista emergente. En la plaza de mercado se cruzan los lenguajes, los colores, las formas en una especie de torre de Babel que aglutina los tiempos y los espacios de los individuos bajo diferentes objetivos. La plaza de mercado a veces tiene un edificio destinado para sus actividades (Salamina, Chinchiná, Neira) y se distribuye en pabellones (carne, frutas, verduras, grano, vestidos, ganado); en otras ocasiones ocupa simplemente un terreno a las afueras o dentro del pueblo (Villamaria, Aranzazu), inicialmente improvisado y luego validado por la tradición de ocuparlo con toldos y casetas plásticas.

La belleza y el interés estético de la plaza de mercado están en lo heteróclito de ella misma, es como un escenario con actores que aparecen de la nada.

Las manifestaciones estéticas populares indudablemente se ven marcadas por las condiciones geográficas que enmarcan nuestra región, las largas distancias entre una y otra vereda, las condiciones de

los caminos que sólo pueden ser transitados por mulas, camperos o chivas de transporte público, o particular, someten a las viviendas y los individuos a una especie de congelamiento. Son muestras de esta aparente detención del tiempo, aspectos como el color de las viviendas, que permanece inmutable durante años, o la música que se oye en los artefactos domésticos, las radiolas, y otros que permanecen con la misma familia durante generaciones, los televisores, consolas, escaparates, fogones, mesas y camas, que se conservan como la tradición de acostarse a una hora determinada o contar cuentos en la cocina, viejo ritual que se perpetúa de la misma manera desde hace años, tradiciones que mantienen viva la unidad familiar y per-

miten la continuidad de los cómo y los quehaceres. No es de extrañar en ese orden de ideas que el arribo de los campesinos al pueblo marquen los espacios arquitectónicos, las calles y las horas del devenir pueblerino del anacronismo característico y de la riqueza simbólica que aquí estudiaremos. Los objetos, que portan los campesinos y los que guardan en sus casas están irrigados de ese «gusto, o esti-



lo étnico» del que habla Leroi Gourhan y que reúne los sujetos a una comunidad, pues un cierto «gusto» universal los caracteriza como pertenecientes a las etnias y comunidades que los cobijan.

Es la comunidad de casas con puertas abiertas y cocinas ahumadas, con un tren de vida que se desarrolla entre las actividades del campo, las domésticas y las de atención al hogar, a los niños, al esposo y los peones; vida rodeada de campo, de animales, de lodo y el silencio de los radios que suenan música en medio de la estática hertziana, y de la cacofonía, los radios están allí, pero nadie los escucha.

El campo se traslada a los pueblos por intermedio de los campesinos, que ocupan algunos espacios, como las calles, las cantinas, y la plaza de mercado; la cultura campesina ocupa los escenarios del pueblo en la medida de sus necesidades, (son) como actores que arriban a la plataforma donde se actúa, cumplen su cometido y luego se marchan dejando sólo el rastro del estiércol, los animales y las hojas secas de las matas de plátano, tomate y demás. Cada pueblo es una historia diferente y cada fin de semana narra sucesos diferentes también; aunque Caldas es una unidad geográfica las costumbres cambian entre pueblo y pueblo, incluso entre los pueblos seleccionados para este estudio.

La plaza de mercado como uno de los escenarios centrales del arribo de los campesinos al pueblo, se impregna de la presencia de toda clase de automotores que se disponen al rededor de los puestos expendedores de mercancía. Camperos Willis, Carpati Camionetas, y uno que otro camión hacen parte del panorama conformado básicamente por autos de modelo viejo que hacen más anacrónico el paisaje, conformado también por los compradores, las casetas de alimentos, los vendedores ambulantes y los mismos campesinos. No faltan las personas que merodean cada uno de los puestos en busca del mejor producto y la mercancía más fresca, asunto que se deduce por la apariencia del producto. Señores de sombrero verde, o café de algún tipo de paño, sacos terciados al hombro en medio de los calores más sofocantes, pantalones de terlenca, o chaliz con grabado, ruanas y ponchos. Todos se reúnen alrededor de los plátanos, las yucas, los tomates, debajo de casetas que protegen del sol y la lluvia; casetas que

cambian el panorama de las calles, plazas de mercado instantáneas que se pliegan y repliegan con la facilidad de una carpa plástica.

También existen galerías sólidas, como es el caso de las plazas que poseen su propio edificio, allí la transformación deviene con la ocupación de los actores al espacio, los vendedores, transportadores, compradores llenan el lugar y se van con la misma facilidad; pero la arquitectura permanece con las puertas cerradas y los celadores deambulando alrededor.

LAS CHIVAS:

Es el nexo entre el pueblo y la finca, las chivas son en sí objetos ricos en forma y color, en ellas se concentra el estilo estético del mundo campesino.

La plaza de mercado se alimenta cíclicamente con la presencia de los campesinos que la ocupan los fines de semana, buena parte de esta ocupación se debe a los vehículos que cubren las rutas desde las diferentes veredas hasta el pueblo, desde pequeños jeep hasta las más grandes chivas configuran la puesta en escena del fin de semana de pueblo.

A las chivas se les reconoce en buena parte de Colombia como símbolo del ingenio paisa, sin embargo en realidad circulan por otras regiones del país como buenos representantes de la reingeniería tercermundista; pero la adaptación cromática y compositiva que se les hace en Caldas despierta el interés del presente estudio.

La chiva es la conexión entre los dos mundos. A la chiva se le espera en días precisos de la semana, es el transporte que recoge las expectativas comerciales, de divertimento, funerarias, de intercambio social de los campesinos, a la chiva se le espera a las seis, a las siete o a las once de la mañana con los niños, los bultos o las cantinas de leche, marca un ciclo en la vida del campo, el ciclo del vehículo que se espera, de los productos que se llevarán o se traerán del pueblo; las actividades agrícolas o ganaderas cobran un sentido mercantil cuando se les transporta y se les vende, el

queso, la leche, la carne, los cerdos, las gallinas, la cebolla, los tomates, se despachan en la abigarrada chiva en medio de un centenar de personas que se acomodan incluso en el techo o se cuelgan de la parte trasera de este autobús con carrocería de madera.

Los ciclos temporales del campesino se definen también por la hora de llegada de la chiva a la orilla de la finca o la vereda, «buenos días don Carlos”!, «Buenas”. Los vecinos se reencuentran con los vecinos y se cuentan acerca de las bestias que se volaron del corral o de la peste que le dio a las gallinas. La vida del campesino transcurre entre la casa de la finca, el campo sembrado y la orilla de la carretera hasta el día de «subir» o «bajar» al pueblo. La carretera que conduce «abajo» o «arriba» se llena de historias y cuentos que desatrasan a los viajeros de las noticias de la semana. Al pueblo se llega a cumplir con ritos eclesiásticos, citas económicas y en algunas ocasiones festivas, lúdicas y personales que son las que estructuran la red de imaginarios que transforman las caras del pueblo, escenario donde se instalan los dispositivos visuales y vivenciales a diferentes horas, por ejemplo por cuestiones de territorialidad y practicidad el campesino merca en la galería y los habitantes del pueblo lo hacen en la tienda, el campesino va a misa de doce meridiano antes de abordar la chiva hacia la vereda y los pueblerinos asisten a la misa de las siete para luego disfrutar del paisaje de la calle que incluye mujeres bonitas. En la noche del domingo los campesinos que se quedaron se divierten en las cantinas y canchas de tejo, mientras que los pueblerinos lo hacen en las discotecas.

Visualmente en la chiva, además del aspecto pintoresco y folklórico que acarrea la presencia de los campesinos, está la decoración, que constituye la presencia icónica, es el hito imaginario del mundo del campo, que por si sola se eleva como la mayor portadora de imágenes en el ámbito popular, la chiva es el vínculo entre los dos mundos, (campesino y urbano), la bisagra que pliega las existencias entre la temporalidad del campo y la del pueblo.

La chiva normativiza el comportamiento de los individuos pues su paso por la vereda es restringida, tiene la precisión del ritual que ha de seguirse con

puntualidad y exactitud so pena de sufrir las calamidades de perder los productos y no poder realizar las compras oportunamente, la chiva es muy puntual. Como nexos, la chiva tiene las características de lo fugaz, cual Hermes que emprende la marcha hacia otros destinos una vez cumplida su misión, la chiva espera a los pasajeros al final de la tarde, pero su papel estará siempre al margen de las actividades del hombre, es el hilo conductor, entre los dos mundos, (el del trabajo en el campo y el de la fiesta y la venta en el pueblo); continuidad y ruptura, mundo cíclico y mundo esperado, el reino de las obligaciones y el reino de la fiesta.

Los decoradores de chivas tienen su lugar privilegiado entre los motoristas de chivas del pueblo, por su pericia, conocimiento del oficio, rareza del mismo y por ser un Arte, un lujo que se pueden dar los motoristas en los días de abundancia; por lo general es un individuo o una familia la que conforma el gremio y logra fama a escala local y regional, tal como los gremios medievales que poseían, reglamentaban y monopolizaban el oficio tradicionalmente.

Las chivas se pintan con colores al esmalte en técnicas al enmascarado con compresores, aerosoles y al pincel, empleando instrumentos tales como compases, reglas y platos de cocina para los círculos.

El color básico del automotor es el que posee mayor jerarquía en la composición, con éste como base los pintores ahorran pigmento, amarillo, rojo, azul, naranja o verde y sobre este color se procede a llenar con formas y colores. La decoración va desde los motivos geométricos y florales hasta los figurativos, con aplicaciones lineales y simétricas; predomina el principio del horror al vacío, el abigarramiento como en las decoraciones Medievales, ningún espacio es dejado en libertad, no se perdona el vacío, opera el diseño con elementos básicos: círculos, elipses, rombos, que hacen de estos vehículos una muestra evidente de la mirada abarrocada del hombre popular.

El auto se funde con la gama de colores y diseños que se adicionan con la decoración hasta el punto que se dificulta diferenciar entre color soporte y color soportado, formas del auto y decoración anexa. El

artesano privilegia la ornamentación sobre la pureza de la forma, aquí lo que importa es llenar el espacio, no dejar absolutamente ningún vacío, generar formas estrictamente con relación al marco, sin ninguna preocupación de significado, formas simétricas se entrelazan a círculos y óvalos, estrellas, módulos concéntricos, asteriscos, cuadrados en repetición, líneas continuas, números en perspectiva o con volumen, textos (con forma) de tipo gótico, flores encerradas en círculos, consolas en madera forradas en lámina de aluminio, borlas de lana, tapetes plásticos con colores primarios, luces rojas, amarillas, intermitentes, adhesivos, y ornamentos que se enarbolan alrededor de los textos y los números de serie de la chiva, constituyen el universo temático de estos vehículos, y se repite de chiva en chiva, variando con pequeñas modificaciones en la aplicación de los elementos.

El color enriquece la gama de posibilidades estéticas de estos automotores, los ornamentos se pintan en rojo, azul, amarillo, verde, naranja, violeta, con todas sus combinaciones.

Los decorados se trazan en líneas blancas sobre fondos azules o amarillos, también en líneas negras sobre fondos blancos o amarillos entre otras posibilidades; el color se zonifica simétricamente dependiendo el lugar sobre el que se ubica, y respondiendo a las exigencias que los diseños generan, el aspecto visual es de iridiscencia y fragmentación; aquí no importa la unidad como la conocemos en nuestra mirada académica, no olvidemos que se habla de un tipo de estética que escapa a nuestra normatividad, escapa a la reglamentación pictórica urbana, una decoración que surge del imaginario popular, de la mirada del hombre campesino y el hombre de pueblo que alimentan su iconografía con imágenes del paisaje, prestadas del imaginario urbano y que se importan del pasado, de la

manera como se decoraba antes, de los antiguos diseños de las cajas de cigarrillos, las de fósforos, y las estampas de santos y vírgenes María.

La decoración abstracta surge de la simulación de ribetes que se acomodan al espacio, simplifican las formas naturales, y generan formas caprichosas en el orden de la geometría la simetría y el diseño básico. Las combinaciones cromáticas van desde contrastes entre colores cálidos y fríos hasta superposiciones de cálidos y cálidos, fríos y fríos, todo enmarcado en tonos primarios y en la combinación de no más de cinco tonos en un solo vehículo, lujuria y apetito desbocado de formas y colores.

Las chivas y los vehículos de transporte público rural (aún los urbanos) portan elementos identitarios al frente y a los costados; bien el color que como estandarte se lleva a manera de representación de la empresa, (imagen corporativa), o bien su logotipo que en la mayoría de casos contiene elementos de difícil lectura por su distribución, composición y color, tales como águilas,



mayo 1 y 2 1999.
Manizales.
Alas se apoderan de la calle, con muchachos fuera de la moda, fuera de color y "desorden" lo que el día anterior estaba desocupado.

nevados, ríos, tigres, buses en perspectiva, banderas de Colombia o de la empresa con cintas entrelazadas, leones de pie y banderitas con textos en letras góticas, a la manera de escudos, que recuerdan la heráldica medieval en su honorabilidad y complejidad, tanto compositiva como de pregnancia; los escudos a pesar de lo anterior se reconocen como imagen corporativa, aunque las formas y dibujos son «deficientes» en su elaboración, y a esto se suma que se les llena con imágenes, textos y colores.

Los escudos o estandartes no son otra cosa que la representación estética de un conjunto de valores: Económicos -café, yuca- Morales -león, toro, águila- Agrarios -vacas, hojas, frutos -Tradicionales -paloma, cuernos, manos cruzadas.

Una imagen obligatoria para las chivas es la decoración del panel externo de la parte posterior, el espacio donde el decorador elabora imágenes figurativas y el dueño del vehículo plasma su concepción estética en una pintura, ícono mostrado al mundo a través del vehículo. Por este medio la chiva se reconocerá de las demás, esta figuración es el orgullo mismo del conductor y el objeto que con frecuencia representa sus ilusiones, su mirada y sus anhelos. La ejecución debe tener el más fino realismo sin importar qué grado de iconicidad pueda lograr el pintor, los motivos son del orden profano y sagrado, y la presentación va de lo abstracto a lo figurativo;

El repertorio profano es el más amplio y a su vez se divide en figuración y abstracción.

Los temas figurativos son paisajes: selváticos, alpinos, costeros, lunares, diurnos, nocturnos. El tema paisaje es uno de los más recurridos, la mayoría de ocasiones su elaboración es ingenua, (según la concepción erudita), lo cual es muy explicable desde el punto de vista de la inexistente formación académica de estos artesanos. (Hemos de llamarlos artesanos si nos atenemos a la concepción del Arte culto contemporáneo que diferencia al artesano del artista, basándose en el circuito en el que se inscribe la producción; sin embargo, esta diferencia es cada vez más nebulosa, hoy sabemos de un Baskiat o un Rosseau «El Aduanero» quienes inician su labor en el campo de la artesanía o en el caso contrario Andy Warhol que torna artesanía su trabajo).

Temas relacionados con el deporte, la ganadería o la farándula hacen parte del imaginario figurativo de las chivas, la representación de los cantantes de moda, las carátulas de los discos, las imágenes representativas del espectáculo; o simplemente los animales de la finca, (como en la pintura popular Europea del siglo XVI y XVII que representaba los mejores animales en pinturas al óleo para públicos no eruditos desviando el aura sagrada que poseyó la pintura clásica); en las chivas se representan imágenes como un símbolo de la pujanza y la comodidad económica de su dueño.

El tema religioso está poblado de vírgenes María, Ecce Hommo, crucifixiones y hasta la creación del mundo en imitación a Miguel Angel; el temario religioso recuerda en buena medida la iconografía religiosa popular medieval, tanto por los personajes que se representan como por la manera de ejecutarse: Proporciones fallidas, colores «erróneos», colores dorados, azul celeste, figuras sin fondo, paisajes planos, exacerbación del detalle y diferenciación del tamaño de las figuras por importancia moral, (ejemplos semejantes en lo compositivo y en el tratamiento de las jerarquías los encontramos en la pintura y escultura egipcias, en las iluminaciones medievales, y en el Arte Mesopotámico).

Además de todo el derrame estético que implican los viajeros, entre animales, bultos de cebolla, el «pato» de la chiva (personaje ayudante del conductor que hace las veces de pregonero y cobrador, recorriendo de arriba a abajo y de lado a lado gritando el nombre de la vereda a la que arriban, como un pregonero medieval). También hace parte del decorado interior el eco de los colores de los sujetos viajeros que se mimetizan con los abollonados rojos de las sillas, los flecos de múltiples colores en los vidrios, palancas de cambios y los aditamentos para forrar cualquier instrumento funcional como espejos, asientos, barras para sostenerse, escalinatas y habitáculos para los pañuelos faciales.

Adentro se vive un completo carnaval, música en los parlantes mal sintonizados y empotrados en galones plásticos, chistes, alimentos y confites que se reparten en cualquiera de los dos pisos del vehículo.

Afuera la presencia de la chiva es imponente, los colores que la ornamentan, la cantidad de personas que viajan en ella y la fama que la precede, misma que es coronada por su nombre victorioso estampado en el frente del vehículo: «La Consentida», «El Príncipe», «La Gaviota Solitaria», «El Sietemujeres» son sólo algunos de los nombres que preceden el arribo de estas máquinas que se reconocen por el rugir de sus motores.

BIBLIOGRAFÍA

CIRLOT, Eduardo. El mundo del Objeto. 1986, Editorial Anthropos.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas Híbridas. 1996, Editorial Grijalbo.

CROW, Thomas E. Pintura y Sociedad en el Salón del Siglo XVIII. Editorial Nerea.

GOURHAN, Leroi. El Gesto y la Palabra. 1971. Editorial Universidad Central de Venezuela.

LEVIS, Pierre. Los Videojuegos un Fenómeno de Masas. 1997. Editorial Paidós.

BAJTÍN. Cultura Popular en la Edad Media y el Renacimiento. 1995. Editorial Alianza.

DEBRAY, Regis. Vida y Muerte de la Imagen. 1993. Editorial Paidós.

BAUDRILLARD. La transparencia del Mal. 1995. Editorial Anagrama.

MONTOYA, Jairo. Revista comunicación y ciudad. 1995. Universidad Pontificia Bolivariana.

ECHAVARRÍA, Esteban. El Matadero. 1990. Editorial Norma.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. 1994. Ciudadanos y consumidores. Editorial Grijalbo.

LONDOÑO, Felipe César. Las Ciudades del Bahareque. 1994. Universidad de Caldas.

GADAMER, H. La Actualidad de lo Bello. 1991.

BARBERO, Martín. De los Medios a las Mediaciones. 1998. Convenio Andrés Bello.

