

## **El arte calle como expresión de una ciudad creativa: Retos y debates**

## **Urban art as an expression of a creative city: Challenges and debates**

Recibido: 25 de marzo del 2017

Aceptado: 10 de abril 2017

*Lic. Rubén Padrón Garriga\**

*Lic. Elizabeth Marrero Ramos\*\**

*Dra. Yamilé Ferrán Fernández\*\*\**

*MSc. Lissette Hernández\*\*\*\**

### **Resumen**

Este artículo presenta algunos de los resultados de la investigación que dio origen a la Tesis de licenciatura Gigantería: Arte y Gestión para el Patrimonio. Revisa las tipologías y taxonomías que atraviesan la conceptualización del arte callejero. El resultado principal de la investigación radica en el análisis del desarrollo diacrónico del fenómeno en Cuba, haciendo puntos de anclaje con sus homólogos en América Latina. Además explora sus dinámicas

### **Abstract**

This article presents some of the results of the research that gave rise to the Bachelor Thesis: Art and Management for Heritage. Check the typologies and taxonomies that go through the conceptualization of street art. The main result of the investigation lies in the analysis of the diachronic development of the phenomenon in Cuba, making anchor points with its counterparts in Latin America. It also explores its current

---

\* Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello.

\*\* Grupo de Animación y Arte Callejero "Gigantería Habana". Escuela Elemental de Música "Alejandro García Caturla". Correo electrónico: [eliza.ramos@infomed.sld.cu](mailto:eliza.ramos@infomed.sld.cu)

\*\*\* Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana, Cuba. Correo electrónico: [yferran@fcom.uh.cu](mailto:yferran@fcom.uh.cu)

\*\*\*\* Dirección de Extensión Universitaria. Universidad de La Habana, Cuba. Correo electrónico: [lissette@rect.uh.cu](mailto:lissette@rect.uh.cu)

actuales en el Centro Histórico de La Habana y los retos y debates que pueden suscitarse desde la contemporaneidad para este.

**Palabras clave:**

arte calle; teatro de calle; patrimonio cultural; Gigantería; producción simbólica

dynamics in the Historic Center of Havana and the challenges and debates that can arise from the contemporary for this.

**Keywords:**

urban art; urban theater; cultural heritage; Gigantería; symbolic production

## **1. ¿Arte en la calle, o para la calle?**

El término **arte calle** remite a un grupo de manifestaciones expresivas, plurales, donde se articula lo teatral lo danzario, lo visual, y lo performático en este territorio. Si bien algunas son copias o adaptaciones de las realizadas en centros cerrados —con la simple modificación de transcurrir en espacios callejeros—, otras surgen, desde su misma génesis, para la calle con todas sus dinámicas.

En su condición de producción simbólica, en la posmodernidad el arte calle tampoco deja de estar mediado por las instancias de poder y las relaciones socioeconómicas, pues a menudo se inserta en las estrategias públicas-gubernamentales, como la erección de estatuas, monumentos, ubicación de murales o ejecución de determinadas representaciones como conciertos, obras de teatro o galas artísticas. También existen determinadas acciones creativas patrocinadas por empresas como vehículo de publicidad, pues varias campañas integran los espacios públicos con novedosas prácticas que buscan deslumbrar a su segmento de mercado y hasta hacerlo partícipe de acciones proactivas con un fin comercial. Conviven, del mismo modo, expresiones espontáneas como el grafiti, teatro/performance callejero, *break dance*, músicos y bailarines callejeros..., que generalmente se calorizan en espacios patrimoniales y turísticos

como una forma de rentabilidad o para la búsqueda de la confluencia de diferentes y heterogéneos públicos que formen, con su participación, parte activa de la puesta.

## **2. El arte-calle y sus mediaciones**

Aunque se originó en los Estados Unidos hace poco más de tres décadas, el grafiti se ha extendido por las áreas urbanas de casi todos los países. Sus variaciones y mediaciones son disímiles, al igual que sus intencionalidades y recursos expresivos. Si bien en los primeros momentos se vio como un mero acto de vandalismo, actualmente gana credencia como un arte controversial pero que no pierde su esencia expresiva.

Al igual que otras propuestas de arte callejero, sus usos son variados y polisémicos, y ha sido aprovechado por diferentes sectores para «invadir» el espacio público con sus propuestas expresivas: ciertos movimientos sociales aprovechan la visibilidad de los muros en los centros patrimoniales y la «libertad» de creación para socializar sus demandas; los marginados lo conciben como un acto de protesta, al destruir el orden y la «belleza» con mensajes que rozan—o tocan directamente— lo grotesco y lo agresivo. También ha sido incluido en actividades colegiadas con las instancias de poder, y no es raro ver en bienales y otros eventos oficiales ese grafiti que desdibuja sus fronteras con el muralismo y es asumido por grandes —y bien remunerados— artistas de la plástica que emplean —tal vez de forma más informal— los recursos del arte tradicional para «embellecer» las ciudades.

Otras propuestas del arte-calle, más escénicas, dialogan con la ciudad desde una interacción directa con el público. Trabajan sobre la base de ser patrones de su propia labor. El grupo que hace arte callejero, además, crea sobre una concepción del espectáculo antagónica a las industrias culturales tradicionales y sus lógicas de oferta-demanda,

en que las personas deben pagar, de antemano, para acceder al ofrecimiento. El arte-calle, más allá de representar un modo de vida para el artista, y por supuesto, necesitar una rentabilidad, no obliga al público a pagar, ni fija un precio. La puesta estará en el espacio y la audiencia podrá elegir si paga o no, e incluso, cuánto va a pagar. Esto lo hace ideal para espacios turísticos donde se legitiman un grupo de expresiones como estatuas vivientes, pasacalles, espectáculos con *clowns*, titiriteros ambulantes, músicos callejeros, mimos, entre otras.

Algunas compañías han encontrado en esta modalidad un método de sobrevivencia o la posibilidad de trabajar sin la obligación de alquilar un espacio teatral, lo cual es difícil y caro; en algunos casos, por decisiones propias o una decantación natural, han llegado a elegir la calle como sitio de representación.

La confluencia de públicos de varias nacionalidades y el valor que adquiere para los circuitos de poder, entre otras mediaciones, también convierten a los sectores patrimoniales-turísticos de la ciudad en un escenario perfecto para puestas de teatro del oprimido, o teatro invisible, como se ha conceptualizado desde diferentes vías a expresiones de los sectores más desfavorecidos de la ciudad, que encuentran en las artes escénicas un vehículo para canalizar demandas a los circuitos decisores.

El concepto de teatro callejero no empezaría a utilizarse sino hasta la década del 60 del siglo XX, generalmente en un intento, bajo los rigores de las rupturas posmodernas, de sacar las obras de los espacios convencionales, ganar nuevas audiencias, vínculos y significaciones inéditas y coloquializar la narrativa teatral, «desacralizando» el acto formal de la puesta. (D'Acevedo, 2011) abraza la tipología propuesta por Misael Torres, que diferencia las

diferentes modalidades teatrales que pueden tener a la calle como contexto físico de objetivación:

**Teatro en la calle:** Se trasladan los recursos escénicos del teatro de sala al espacio ciudadano, sin que esto haga que se dialogue con él. Casi siempre ocurre por la necesidad de hacer masivo un determinado género o llevarlo a lugares de difícil acceso, pero la obra no sufre cambios sustanciales. Para esta modalidad se alteran las dinámicas normales de la calle, habitualmente se hace en plazas o parques y se busca un distanciamiento con los elementos callejeros, que pasan a ser ruidos del proceso de comunicación, lejos de formar parte de la puesta; estos muchas veces se minimizan colocando vallas para evitar el acercamiento de las personas, cerrando el tráfico, amplificando los sonidos y buscando agentes del orden que eviten cualquier altercado durante la representación. El espectador casi siempre tiene un rol pasivo, y sabe de antemano lo que va a ocurrir. La calle solo funciona como sustituta del escenario tradicional que, por determinadas circunstancias, fue trasladado.

**Teatro para espacios no convencionales:** «Espectáculos de carácter flexible que pueden ser representados en el patio de una escuela, de un museo, de una biblioteca, en una fábrica, en campamentos agrícolas, en determinadas áreas de otras instituciones y también en calles y plazas» (D'Acevedo, 2011, s. p). Admite alguna interacción o diálogo con los elementos de la calle, pero si bien estos elementos no son meramente ruido, como sucedía en la modalidad anterior, no está pensado para esta interacción. El guion tiene cierta flexibilidad, además de una simpleza de recursos estructurales como escenografía y vestuario, para que no sean necesarios camerinos u otras comodidades del teatro de sala, pero aún la calle no es la esencia del proceso creativo. Aunque el espectador no tiene por qué conformarse con un rol pasivo, conoce la convención de la puesta y

muchas veces es convocado de antemano al lugar donde va a transcurrir.

**Teatro de calle:** Se concibe y ensaya para la calle; su objetivo es interrumpir la dinámica citadina para ganar la atención del espectador que casi nunca va ex profeso a ver la obra, sino que pasa por el lugar y es cautivado por lo que está ocurriendo. El público suele desempeñar un papel activo en la puesta, al ser convocado a construirla en colectivo con los actores. Los guiones poseen una flexibilidad que da lugar a la máxima improvisación. Los recursos escénicos y dramatúrgicos dialogan con las lógicas ciudadinas, por lo cual la mayoría de las veces no existe ni la escenografía simulada de las modalidades anteriores y la calle es el escenario natural, liminal. Los textos tienden a ser breves y sacados de los idearios populares para que funcionen como factores de reminiscencia, y para que, con el empleo de la repetición, el público también funcione como replicador. Otro de los elementos fundamentales es que no siempre está la convención teatral de por medio, y gracias a ello el actor podrá pasar inadvertido, como un ciudadano más que busca propiciar alguna acción; o encarnar un personaje llamativo capaz de atraer a los transeúntes para que, rompiendo su dinámica, se unan a la puesta que irrumpe en sus vidas. Los espectáculos tienden a ser itinerantes y emplear los recursos de la ciudad como carros, columnas, vendedores ambulantes... que, considerados «ruidos» en las modalidades anteriores, en esta forman parte activa del proceso de comunicación concebido para una multiplicidad de emisores-receptores.

El teatro callejero no es un género puro, pues su conformación conceptual se gestó sobre la hibridación de varios elementos y sus características pueden variar en dependencia de las mediaciones socioeconómicas que interactúan con sus gestores, además de los paradigmas estéticos sobre los que están sustentadas las compañías.

A continuación se reseñan un grupo de tendencias que están influenciando sus propuestas, sobre todo en el contexto latinoamericano:

**Teatro del Oprimido:** Concepto creado por Augusto Boal, a partir de una sistematización de prácticas teatrales europeas y latinoamericanas, que busca la teatralización interactiva de las problemáticas sociales, haciendo a los afectados de esas problemáticas —o sea, los oprimidos— los principales actores.<sup>49</sup> La idea es que los intérpretes representen en el escenario lo que hacen en su vida cotidiana. Se busca minimizar las convenciones de la creación artística, paradigma también explorado en el *cinéma vérité*. «Los actores hablan, andan, expresan ideas y revelan pasiones, exactamente como todos nosotros en la rutina diaria de nuestras vidas. La única diferencia entre nosotros y ellos

Si se permite aceptar la noción que aporta la teoría de la Educación Popular y un autor como Mario Kaplún, a partir de las contribuciones de Jean Cloutier, acerca de un emisor que se recoloca e implica con flexibilidad en el rol del receptor y viceversa, como parte de un modelo de comunicación que pone énfasis en los procesos culturales (Kaplún, 2002). «El Teatro del Oprimido es teatro en la acepción más arcaica de la palabra: todos los seres humanos son actores, porque actúan, y espectadores, porque observan. Somos todos espectadores. El Teatro del Oprimido es una más entre todas las formas de teatro» (Boal, 2001, p. 21).

Consiste en que los actores son conscientes de estar usando ese lenguaje, lo que los hace más aptos para utilizarlo. Los no actores, en cambio, ignoran que están haciendo teatro, hablando teatralmente, es decir, usando el lenguaje teatral» (Boal, 2001, p. 21).

**Happening:** Práctica escénica surgida del *performance*, consiste en una provocación para la acción participativa. Es un suceso único e

irrepetible, pues busca implicar al público en la construcción de la puesta, a tal punto que será siempre el protagonista. Tiene mucha riqueza cuando se realiza en las calles o en espacios públicos, por la concurrencia de personas desconectadas de las convenciones escénicas, aunque, en algunas experiencias, se ha desarrollado en espacios cerrados como galerías. Busca generalmente un experimento social, y su mayor valor no es la propia representación, sino las relatorías y post-análisis que suelen derivar de ella.

**Teatro Invisible:** Muy relacionado con el happening, suele ocurrir en espacios no convencionales y su principal característica es que el público, al menos en el primer momento, no sabe que está presenciando una función teatral, mientras el actor tiene plena conciencia de que está representando una obra, pero el texto original se modificará inevitablemente según las circunstancias, para adaptarse a las intervenciones del auditorio. La invisibilidad está en la anulación de la convención teatral, por lo que el actor estará prácticamente desprotegido y se expondrá a los riesgos de su personaje.

**Teatro de Invasión:** Intrínsecamente relacionado con el teatro de calle. La ciudad es considerada en la dualidad de la ruptura y la continuidad. La modalidad busca insertarse dentro de la funcionalidad citadina con expresiones puntuales llamadas a subvertir los procedimientos cotidianos. Por lo general está asociado a las tensiones entre el poder y el sujeto base, por lo que casi siempre presenta un discurso político marcado que aprovecha esa ruptura y subversión del orden y el statu quo para insertar en la agenda pública temáticas preteridas por los medios o canales de comunicación tradicionales.

**Teatro Playback:** Se asume desde las prácticas del Teatro del Oprimido, incorporando elementos de la Educación Popular. Su



esencia está en la construcción colectiva de una representación que parte de las historias sugeridas por los espectadores. Como busca hacer al público partícipe activo de la puesta, no existe guion preestablecido, sino que este se forma de la construcción colectiva; el director toma el rol de coordinador y su función será mediar entre los actores y el público para el establecimiento de pautas que rijan la dinámica del taller, cuyo resultado será una representación.

## **2.1. Producción discursiva**

La producción discursiva de una compañía de teatro callejero está estrechamente relacionada con el sentido social de la producción artística, pues su espacio de legitimación y materialización no es propio sino comunidad ampliamente mediada por las relaciones con sus agentes institucionales y sociales.

La producción discursiva del teatro callejero tiene dos momentos fundamentales: el realizado fuera de la calle, que incluye las acciones de planeación estratégica y demás elementos organizativos, y una segunda fase de ensayos y puestas. El siguiente diagrama resume esos dos momentos (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Producción discursiva

<b>Fuera de calle</b> <b>(Espacio privado)</b>	<b>En ambos espacios</b>	<b>En la calle</b> <b>(Espacio público)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Realización del guión y acuerdos para posibles modificaciones</li><li>• Producción de vestuario, maquillaje y otros elementos necesarios para la escena</li><li>• Gestión de recursos financieros y organizativos (contratos, permisos, etc.)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ensayos</li><li>• Investigaciones sobre las lecturas de las puestas</li><li>• Toma de decisiones grupales</li><li>• Gestión de comunicación</li><li>• Formación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Materialización del discurso escénico</li><li>• Recogida de aportes monetarios de los transeúntes</li><li>• Interacción con los elementos de la ciudad</li></ul>

## **2.2. Gestión procesual**

Detrás de cualquier discurso escénico articulado existe una gestión que garantiza el desarrollo de la manifestación y da respuesta a las necesidades para su materialización. El espacio callejero también reclama gestión, pero esta necesita entenderse como diálogo, tanto hacia lo interno de los procesos creativos, como hacia la dinámica de representación.

G. Ballester (2016) asume en su tesis de licenciatura en Teatrología, un concepto de prácticas participativas centrando al teatro como actor cultural en su comunidad. Por tanto, la gestión de esa representación debe involucrar a la mayor parte de actores comunitarios para que estos, lejos de convertirse en trabas, resulten fortalezas para un proceso complejo y enriquecedor. No es factible gestionar unidireccionalmente el teatro callejero, porque la calle no es un espacio personalizado, atribuible a alguien o «alguienes»; en todo caso, su gestión y control responderían a funcionarios y trabajadores del orden público, de ahí que la representación, aunque en determinados momentos pueda reflejar la ruptura entre poder y accionar público, tampoco tiene que estar ligada *per se* a esa disputa y puede dialogar con los diferentes poderes sin renunciar a sus principios fundamentales.

## **2.3. Consumo/Recepción**

Si bien en otros aspectos de la producción simbólica es plausible intentar, en términos metodológicos, analizar por separado el proceso de producción de mensajes y el de recepción, en el teatro callejero la recepción y el consumo están intrínsecamente ligados a las dinámicas de la puesta, a sus racionalidades enunciativas y a sus significaciones.

La teoría de la comunicación, desde su surgimiento, ha estado ampliamente interesada en la recepción/consumo de textos artísticos y sus implicaciones en las ideologías de los públicos. (Vidal Valdés, 2002) sistematiza las principales tendencias en los estudios de recepción, partiendo de las más conductistas, que asumen el proceso de significación de la obra de arte bajo la lógica vertical de emisor-receptor, hasta aquellas que consideran el carácter activo del receptor y el acto de lectura, y, en concordancia, «...la recepción es concebida como parte integrante de la obra, de manera que no existe el texto artístico sin la activa cooperación del lector» (Vidal Valdés, 2002, p. 65). Según estas proyecciones más dialógicas, aportadas generalmente por la Semiótica Italiana y la Escuela de Tartu, «el texto artístico es entendido como una matriz que permite significados opcionales y de cuya estructura interna, constituida por una multiplicidad de planos y dimensiones, se deriva una pluralidad de lecturas y actualizaciones posibles» (Vidal Valdés, 2002, p. 66).

Bajo el paradigma latinoamericano García Canclini (1993) explora las mediciones del consumo cultural, rechazando las lógicas conductistas que lo reducían a una mera relación de estímulo-respuesta. El autor señala la mayor riqueza en la interacción entre el consumidor y el producto cultural, en concordancia con las mediaciones socio-clasistas de ambos, en las que desempeñan un papel importante las prácticas cotidianas o *habitus* culturales analizados en el primer capítulo, además del consumo cultural como un escenario de satisfacción de deseos aprehendidos. Teniendo esto en cuenta, se propone un mapa del proceso de producción simbólica de una compañía de teatro callejero, que busca establecer generalidades en cuanto a los microprocesos y mediaciones que intervienen en el ciclo general. (Ver anexo 1)

### **3. El panorama cubano**

Refiere el crítico Norge Espinosa Mendoza, (comunicación personal, 25 de marzo de 2018) evidencias de que en el período colonial llegaron a Cuba las primeras oleadas de volatineros, titiriteros... Esto se mezcló con las celebraciones del *Corpus Christi* y las representaciones de los esclavos en el espacio público, observadas como divertimento por los moradores de los centros urbanos. Pero no es localizable hasta tiempos relativamente recientes una expresión artística callejera, propiamente asumida como tal.

En los años 60 del pasado siglo visita a Cuba el *Bread and Puppet*, [1] grupo norteamericano dirigido por Peter Schumann, que trae consigo la voluntad de un teatro de izquierdas, con el uso de grandes títeres de varios metros de altura y expresiones en la calle; ellos proponen una determinada ideología que justifica por qué el teatro no quiere quedar encarcelado en una sala convencional. Otros titiriteros, como los hermanos Camejo, hicieron este trabajo [2] muy al principio de los años 60, usando esperpentos, grandes figuras humanas y personajes provenientes de la tradición del carnaval.

Cuba tuvo asimismo un antecedente significativo con el Teatro Escambray, aunque el suyo no es exactamente un teatro de calle, sino más bien un teatro concebido para zonas de difícil acceso, rurales, o teatro campesino, como se le llamó en México durante un tiempo. Pero no es posible hablar de una concientización en términos estéticos hasta los 70 u 80. Como ocurrió con la visita del Odin Teatro [3] dirigido por Eugenio Barba, el camino no estuvo exento de incomprendiones, porque para algunos funcionarios culturales y políticos de aquel momento, fue preocupante ver la calle tomada por este tipo de acciones, que por muy rigurosamente vigiladas que estén, siempre invitan al desborde, a la «indisciplina», y eran difíciles de asimilar en nuestro contexto.

A mediados de los años 90 el recrudecimiento del Período Especial obligó al país a buscar nuevas alternativas económicas de sobrevivencia. En tal sentido el turismo se retoma como una de las alternativas insoslayables y se reconfigura la estructura económica para adaptarse a esta industria. En La Habana, la Oficina del Historiador de la Ciudad (OHCH) deja de ser una institución subordinada a la Asamblea Provincial del Poder Popular para relacionarse directamente con el Consejo de Estado, lo que le permitió una mayor eficacia en la gestión patrimonial.

Unido a esto, se le reconoció personalidad jurídica para asociarse y establecer relaciones de diverso tipo con nacionales y extranjeros, cobrar impuestos a las empresas ubicadas en el territorio, además de crear las suyas con el fin de obtener recursos para la gestión patrimonial. La estrategia de la Oficina irá incluyendo así mismo un vínculo con la autogestión privada o cooperativa —hasta en momentos de profunda incomprensión hacia esas formas de propiedad— y amparó experiencias que le permitieron integrar varios modelos a un mismo objetivo.

Bajo esta sombrilla empiezan a poblar el Centro Histórico diversas acciones de arte callejero—desde las más básicas como cartománticas o personajes costumbristas, hasta propuestas estéticas más elaboradas—, que, sobre la base de una economía popular, utilizaban la calle como una forma de ganar dinero. El público era fundamentalmente extranjero y el cambio de moneda ha favorecido la rentabilidad de tales acciones. Con el desarrollo—y enriquecimiento— de determinados sectores de la población nacional, el panorama cambió, y si bien hoy los extranjeros siguen teniendo importancia en la recaudación de los artistas callejeros, los cubanos también hacen sus aportes.

### **3.1. La situación actual en el Centro Histórico**

El Centro Histórico de La Habana Vieja es un escenario rico en experiencias y diversidad de expresiones de cultura, donde coexisten muchos grupos y personajes que practican numerosas modalidades arte callejero —entendido como una representación que se apodera de los espacios urbanos como escenario creativo.

Entre estas se destacan personajes/individuos independientes, como las cartománticas, las trenzadoras, las tabaqueras, la manisera (con pregones tradicionales), los vendedores de dulces y souvenirs (con decorados llamativos que dialogan con la estética del Centro Histórico), personajes «pintorescos» o figurantes (con animales o vestimentas atrayentes), estatuas vivientes... Todos laboran bajo alguna de las modalidades de trabajo por cuenta propia autorizadas, tienen un permiso de la OHCH para usar ese espacio y hacen su contribución monetaria a la ONAT (Oficina Nacional de Administración Tributaria) y a la Oficina del Historiador.

Las significaciones estéticas propuestas resultan polémicas, pues conforman un panorama heterogéneo que se fue construyendo — mayoritariamente— de forma espontánea, por personas que, en cuantía considerable, no conceptualizaron al principio sus performances como una modalidad de arte callejero, sino como una forma más creativa y efectiva de pedir dinero para satisfacer sus necesidades básicas, en un momento crítico de la economía nacional. Fueron tomando paulatina y casi imperceptiblemente el espacio, y la OHCH optó por el diálogo, sobre todo, porque halló en ellas una forma ingeniosa de animar el espacio público. El panorama es variopinto, y si bien existen, sobre todo desde el último decenio, expresiones asumidas consciente y responsablemente como arte callejero, aún prevalecen modalidades pensadas para el turismo, con una visión simplificada —desde el colonialismo— de la identidad, que

busca casi siempre la generación de ingresos, incluso empleando el acoso que llega a incomodar al turista.

A estas expresiones individuales se suman agrupaciones como Danzancos (bailarines en zancos que hacen, a través del pasacalle, una demostración de bailes populares y afrocubanos), Los Mambisitos (grupo de música tradicional) y otras pequeñas y medianas agrupaciones de músicos callejeros que tocan fundamentalmente en plazas y restaurantes.

A diferencia de una porción significativa de las expresiones individuales, estas pequeñas y medianas agrupaciones sí tienen conciencia de ofrecer una propuesta de arte callejero, aunque en algunos casos puedan tener una visión reduccionista de las identidades nacionales y una oferta centrada en lo comercial. También cuentan con permiso para usar el espacio público y muchas veces mantienen negocios aparejados, como ventas de discos o pequeñas escuelas de baile o música, por lo que la función, no solo constituye una forma de recaudar fondos, sino un canal de publicidad para esos otros negocios aparejados.

De todas estas agrupaciones, la que mayor vínculo mantiene con la OHCH es Gigantería, que realizó su primer pasacalle en el Centro Histórico en abril de 2000. El proyecto nació como resultado de la interacción de las experiencias de trabajo de Cubensis, Tropazancos y Somos la Tierra, grupos de pequeño formato con énfasis en el trabajo comunitario, vinculados a la Asociación Hermanos Saiz. Los zancos han sido el elemento de identidad principal de Gigantería, aunque su pasacalle incluye personajes de piso, y realiza obras de teatro callejero de disímiles inspiraciones estéticas y conceptuales. En los últimos dos años el grupo ha ampliado su diapason de sentidos, al incluir modalidades como el teatro *playback* y otras con origen en el teatro invisible, cuya mayor expresión es la obra *Abducción tranquila*,

historia de una mujer que recoge latas, inspirada en personajes reales de la comunidad (ver Anexo 2).

El trabajo de Gigantería se destaca por la elaboración estética, generalmente a cargo de profesionales que, si bien asumen la calle en toda su gama y comparten con modalidades *naïf*, provienen de escuelas de arte, y sus acervos académicos y experienciales les permiten trabajar el espacio como una modalidad consciente que integra en una misma compañía expresiones tan aparentemente distantes como la animación y teatro del oprimido.

#### **4. Retos y debates. Consideraciones finales**

La producción artística aparejada a la ciudad, deberá responder a la complejidad de nuestra sociedad, y no a un constructo fabricado para un turismo enajenado, y enajenante. Para lograrlo, será necesaria la actualmente pobre articulación intersectorial y desde las políticas públicas, entre las instituciones que median los procesos de producción simbólica en el panorama citadino.

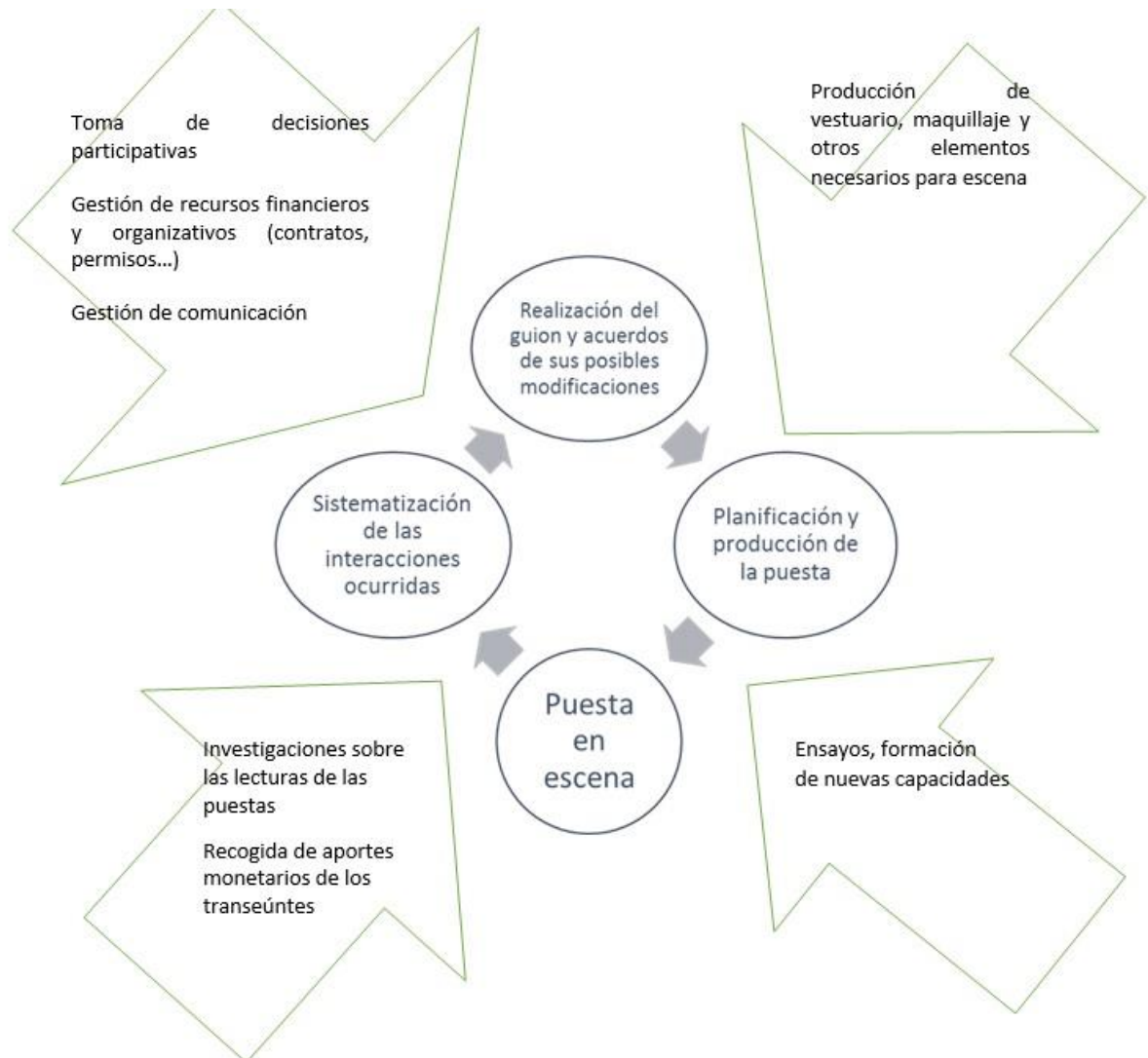
Reconocer las expresiones de arte callejero y darles su espacio — físico y jurídico—, es un paso de avance para una gestión humanista de los procesos que complementan la industria turística y el encargo patrimonial, pero resulta incompleto si dichos procesos no se desarrollan en un diálogo constante que posibilite la evolución y superación de lo meramente representacional, como construcción geoespacial, territorial y corporal. Es vital que los artistas callejeros se conciban (automirada y percepción desde los otros) como lo que realmente son: subjetividades creativas, portavoces de una identidad, de una marca país, de una cultura que no debe ser mutilada, ni doblegada a los aparentes intereses del viajero foráneo. Para esto se precisa un proceso de autorreconocimiento que incluye la responsabilidad social de asumirse como uno de los principales intermediarios de la ciudad con sus transeúntes.



Hay que romper con los esquemas entre «alta» y «baja» cultura, folklórica, de masas... la cultura es una sola, resultante de los sentidos compartidos; es mediada y mediadora de los procesos socioeconómicos, y su gestión debe concebirse de una forma holística e inclusiva. Las nociones elitistas de los procesos artísticos y culturales solo conducen al debilitamiento —y con esto a la sumisión a los intereses de la hegemonía— de aquellas expresiones más vulnerables, por pertenecer a los sectores más desfavorecidos o ser defendidas por ellos.

El papel de las instituciones reguladoras de los procesos culturales no se debe limitar a un amparo legal, ni a una fiscalización de principios simplificados. Su papel en la sociedad es crear diálogos que propicien el desarrollo individual y colectivo de quienes protagonizan *in situ* estos procesos, y potenciar espacios de formación, en los cuales los artistas callejeros puedan, además de compartir experiencias, nutrirse de saberes para incorporarlos a un quehacer cotidiano, que si bien necesita ser espontáneo, no está exento de responsabilidades y apremios de superación.

Anexo 1



**ARTE CALLE COMO EXPRESIÓN DE UNA CIUDAD CREATIVA...**  
**ITINERARIOS DE INVESTIGACIÓN**

Anexo 2

Convención teatral	Teatro Invisible (sin la convención teatral explícita)	Transición del Teatro Invisible hacia una puesta en escena	Puesta en escena con una convención teatral explícita		
<b>Elementos dramáticos</b>	<p>La protagonista recoge latas en la calle como una persona común</p> <p>Un grupo de músicos callejeros se aglutinan en un concierto</p> <p>La protagonista entra al bailar y se desmaya</p>	Un montón de latas apiladas cobra vida y empieza a dialogar con la protagonista	<p>La protagonista juega con la montaña hasta la llegada de un zanquero que simboliza la muerte</p> <p>Entre ambos se produce un duelo.</p>	<p>Cuando la mujer se ve vencida busca en su bolsa una foto de cuando era joven y va hacia el público a enseñarla</p>	Se deja llevar (abducir) por la muerte
<b>Partes de la historia</b>	Introducción	Punto de giro que da paso al desarrollo	Desarrollo	Punto de giro que da paso al desenlace	Desenlace
<b>Recursos expresivos</b>	Música. Aunque existe una pauta, los instrumentistas improvisan y los instrumentos dialogan	Música, danza, mímica	Música, danza, mímica	Música, danza, mímica	Música, danza, mímica

**Bibliografía:**

- Bread and Puppet Theater. (s.f.). Recuperado de: <https://wepa.unima.org/es/bread-and-puppet-theater/>
- Boal, A. (2001). *Teatro del Oprimido. Juegos para actores y no actores*. Barcelona: ALBA EDITORIAL, S.I.U.
- Canclini, N. G. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, 2, 72-95.
- D'Acevedo, B. (2011). Teatralidad y teatro de calle. *El caimán Barbudo*. Recuperado de <http://www.caimanbarbudo.cu/artes-escenicas/2011/10/teatralidad-y-teatro-de-calle/feed/>
- Espinosa Mendoza, N. (25 de marzo de 2018). *Teatro callejero, orígenes, debates y mediaciones*. Comunicación personal.
- Guerra Ballester. M. V (2016). *Análisis de las prácticas participativas del grupo Gigantería y de los presupuestos conceptuales de su práctica del teatro en espacios urbanos, a través de la realización escénica La Tarasca*. (Tesis de Diploma). Instituto Superior de Arte, La Habana, Cuba.
- Kaplún, M., (2002) *El comunicador popular*. La Habana: Editorial Caminos.
- Nordisk teaterlaboratorium - odin teatret. (s.f.). Recuperado de: <http://www.odinteatret.dk/about-us/about-odin-teatret/odin-teatret---en-espa%C3%B1ol.aspx>
- Vidal Valdés, J. R. (2002). *Medios y públicos, un laberinto de relaciones y mediaciones*. La Habana: Pablo de la Torriente.

**Notas:**

[1]«Compañía de títeres gigantes estadounidense fundada por Peter Schumann en el año 1963 en Nueva York. Un espectáculo de títeres

sicilianos durante el *Puppeteers of America Festival* en 1963 le dio la idea de los títeres y máscaras de grandes dimensiones en tejido impregnado de resina (Celastic). Se convirtieron en el rasgo distintivo del Bread and Puppet y aparecieron por primera vez en las manifestaciones contra la guerra de Vietnam en 1965. La compañía ganó un *Obie Award* categoría *off-Broadway* gracias a una obra política creada un año después, *Fire*. A partir de 1968 y de su gira europea, el Bread and Puppet, con más de 60 obras en su haber desde 1970, se hizo internacionalmente reconocido»(Bread and Puppet Theater)

[2] Carucha y Pepe Camejo son considerados los primeros impulsores del teatro de títeres en Cuba durante la década de 1960. Fundadores de la Escuela Nacional de Teatro Infantil en Güira de Melena y el Teatro Guiñol.

[3] «Fundado en Oslo, Noruega, en 1964. El Odin Teatret se traslada a Holstebro, Dinamarca, en 1966 convirtiéndose en Nordisk Teaterlaboratorium/Odin Teatret. En la actualidad sus 33 miembros provienen de once países de 4 continentes diferentes»(Nordisk Teaterlaboratorium - Odin Teatret).