

La calle como territorio lúdico: un elogio del juego callejero



Melquiceded
Blandón Mena

V Simposio de Investigación y
Formación en Recreación.

Septiembre 27 al 29 de 2007.
Cartagena de Indias, Colombia.

Las sociedades en las que aún persiste el juego callejero como práctica de apropiación social del espacio urbano para el encuentro y la construcción humana, han logrado mantener una de las vivencias más prolíficas para resistir a la homogeneización y alienación colectiva que trae consigo la sociedad del mercado global.

La calle ha sido un espacio que, sí bien no se diseñó para el juego, fue apropiado por el sujeto en sus construcciones y despliegues lúdicos.

“...las ciudades europeas pueden ser reconocidas por sus plazas y paseos, etc., es decir, por aquella espacialidad creada, preservada, rescatada y defendida por la población: es la defensa colectiva de la cultura lo que refleja la presencia de lo artístico en las ciudades (Viviescas, 1982: 277).

El fenómeno de la hiperconcentración e hipoconcentración, aparece como uno de los resultados del modelo cepalino.

Por tanto, las migraciones y la dinámica poblacional urbana nos muestran la existencia de hiperaglomeraciones que aniquilan, la existencia de las ciudades





Medellín no tuvo una planificación del espacio urbano, esta hiperaglomeración se formó a través de ocupaciones invasivas sobre territorios, producidas por las dinámicas de migración del campo a los centros urbanos e intraurbanos que ocasionan los conflictos políticos y el trasegar del capitalismo en la formación colombiana.



Las ciudades latinoamericanas se construyeron de forma precaria. Éstas estuvieron exentas de alguna planificación urbana, hecho que se ha evidenciado en la ocupación invasiva del espacio, característica que ha llevado a que los mismos habitantes construyan sus territorios para lo lúdico.

**Reconfiguración de espacios lúdicos:
del juego tradicional y de la calle al
juego virtual de la pantalla**

1) Las sociedades latinoamericanas transitan hacia la configuración de ciudades empresariales marcadas por grandes plataformas de consumo turístico y de entretenimiento -parques temáticos, zonas comerciales, zonas históricas restauradas, paseos, plazas etc.-.

Es un proyecto de ciudad que se adecua para competir en el portentoso sector de los servicios trasnacionales, en desmedro de la construcción de una vida comunitaria, de ciudades lúdicas y solidarias que resuelvan y garanticen condiciones de vidas adecuadas a la diversidad y necesidad de sus habitantes.

2) la ciudad actual promueve el poblamiento en condominios y urbanizaciones cerradas y realiza una apertura de espacios públicos y la construcción de equipamientos para la diversión, el entretenimiento, la locomoción, el ocio y el deporte.

¿cómo entender una ciudad que amplía y embellece sus espacios públicos y equipamientos sociales y, a su vez, construye por doquier proyectos de viviendas en condominios y urbanizaciones cerradas?

3) La sociedad del mercado global construye un espacio de ocio común, la casa, el hogar con los artilugios necesarios para conectarse al mundo y vivir lo social a través del ordenador, lo cual hace que niños y jóvenes trasladen sus espacios lúdicos de la calle al hogar, hacia esos espacios virtuales que ofrecen los juegos electrónicos, juguetes disponibles actualmente en el mercado como material didáctico para la dominación.

4) Los adultos también "juegan a que están jugando" en realities shows, juegos interactivos y en concursos televisados donde se obtienen triunfos económicos que premian la futilidad, el show, la figura y el vértigo.

¿Acaso se pretende construir el e-ocio o las prácticas homogeneizadas por la computación?

¿Acaso la única opción de juego cooperativo se concretará a través de la computadora o detrás de la pantalla de un televisor articulado a un videojuego?

el juego ha sufrido transformaciones, los juegos, juguetes y programas lúdicos que diseñan y promueven las industrias culturales, reflejan el ideario, valores, tipo de sujetos y proyecto social que pretende consolidar la sociedad capitalista trasnacional. La búsqueda del placer, el entusiasmo por la juventud, el individualismo, la futilidad, la imagen personal, el consumismo, la competitividad, son rasgos característicos de esta época y de los juegos que predominan.

5) El creciente tráfico vehicular, el aumento de la inseguridad por los conflictos urbanos y la proliferación de escuelas caza – talentos deportivos, que esquilman el tiempo libre de niños y jóvenes, al igual que el extendido horario de las “guarderías” escolares.

6) La ideología de la calle como territorio de vagos y perezosos promovida por la aparato escolar judeo – cristiano, la imposibilidad de las industrias culturales de consolidar un mercado lúdico de la calle, etc., son diversos factores que han expropiado la calle al sujeto.

7) El auge en la construcción de centros comerciales, impacta también la dinámica de lo lúdico. Esta situación se expresa en Colombia en la apertura de centros comerciales, país donde cada 23 días es inaugurado uno, situación que conlleva a un vaciamiento del sujeto de la calle para reconstruir las relaciones sociales en el consumo que propician estos escenarios.

Las transformaciones producidas en la sociedad han provocado la extinción de cientos de juegos tradicionales y de la calle y, la pérdida de espacios lúdicos alternativos para construir la solidaridad.

**El juego tradicional y de la calle como
práctica de resistencia y alternativa
social**

