



ANTI
HEROE

I ♥ MUGULL

☺ ☹
ET SE LARGO
CON ALF
A MELMAC

ALEC H.
x
ABBY

FREE
SHARKS

EN MI BLOG
MIS DIBUJOS
NO TUS MARCAS
—
ANONIMO



SANIDAD
LUDICA

CAÑEROS

DRAW
FOR
MONEY!

SPACE
BREAK

IMADOG

SHE-RA

123
SPLASH



TÚ, A TRAVÉS DEL BALCÓN

POR **Borja Ventura** ILUSTRACIÓN **Rocio Cañero**

Confésalo. Cuántas veces habrás espiado a tus vecinos a través de cristales y cortinas mientras llevan su vida cotidiana: comer, hablar, cocinar y fumar. A veces hasta se cambian de ropa. Las ventanas y balcones son indiscretos aliados para espías urbanos. Sin embargo, la observación de los cercanos no tiene por qué ser tan invasiva de la intimidad ajena, ni de una naturaleza tan —digamos— física. Conocer a los que te rodean mirando hacia su casa va mucho más allá de ver a alguien cambiándose de ropa con la luz encendida.

Existe un viejo dogma en comunicación: todo informa. Sucede con cada palabra, cada gesto y cada idea, pero también existe en las manifestaciones corporales y vitales de los seres humanos. La ropa que vistes dice mucho de tu estilo, tus gustos y tu economía. Pasa lo mismo con el periódico que llevas bajo el brazo, el tipo de transporte que usas, la música que escuchas o el móvil que llevas. O con la ausencia de todo lo anterior.

Hasta ahí lo obvio, pero volviendo a la idea inicial: ¿puede una ventana contar algo sobre ti más allá del mero cotilleo? ¿Puede un balcón ser un objeto de estudio y observación del entorno?

Ricardo Morant y Arantxa Martín sostienen que sí. Él es catedrático de Lingüística General de la Universitat de València y ella doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad y asesora del Ayuntamiento de la misma ciudad. Juntos han desarrollado una investigación acerca de lo mucho que dicen de nosotros los balcones de nuestras casas, especialmente en estos tiempos de crisis en los que han pasado de ser un espacio doméstico más, a caballo entre la intimidad del hogar y el espacio público de la calle, para ser en ocasiones un espacio de reivindicación.

¿Qué enseña un balcón de nosotros? A priori cabe pensar que puede enseñar nuestra ideología si colgamos pancartas,

banderas o mensajes en favor de la educación o la sanidad, o apoyo a un equipo de fútbol, por citar dos ejemplos. Pero dicen muchas más cosas, como señala Martín. “Puede dar pistas sobre el sexo del inquilino a través de la ropa colgada, la edad, si hay o no niños en casa por la presencia o no de molinillos de viento, triciclos o patinetes; puede indicar en qué momento del año estamos, por ejemplo colgando adornos navideños...”.

El repertorio de información que ofrecemos inconscientemente no termina ahí: podemos saber del carácter de quien vive ahí, de su vida social según alterne con gente para tomar algo o si nunca sale al balcón, si es confiado o desconfiado en función de si pone rejas y alarma o si, por el contrario, deja las puertas abiertas... Incluso si quien vive ahí enseña mucho o poco, o si, directamente, se dedica solo a observar.

¿Un balcón, además de comunicar, es atalaya o escondite? “Es las dos cosas”, comenta Morant. “Te permite ver o ser visto. Cuando llegan las fiestas hay balcones que se alquilan como miradores, como en los sanfermines o la boda de algún famoso. Incluso en los últimos tiempos, los balcones de los hoteles con piscina se han convertido en un elemento asociado a la diversión con el surgimiento del *balconing*”, la arriesgada práctica de saltar al vacío desde la habitación al agua.

Esta antropología de los balcones tiene algunas peculiaridades que los complementos no tienen. “El balcón, por ejemplo, a diferencia de la ropa, es un soporte fijo, no se puede mover”, dice Morant. “Además, es exterior, con lo que eso conlleva desde el punto de vista comunicativo, formando parte de un océano de mensajes, y es permanente, ya que está activo las 24 horas del día y los 365 días del año”. Pero hay más: “Es mudable, ya que se puede ‘vestir’, cambiando en función de la situación, y exige mirar hacia arriba, porque no está a la altura de los ojos”.



¿Y todo eso qué quiere decir? “Determina a la hora de comunicar: brevedad, impacto e importancia del lenguaje gráfico, cromático, tipográfico y otros códigos extralingüísticos, como las luces, que ayudan o no a atrapar la mirada de los transeúntes”, comenta.

El mensaje que ofrecen los balcones tampoco es el mismo siempre ya que hay una evolución en el uso de este espacio semiprivado a lo largo del tiempo. Según comenta el catedrático Morant, “el balcón antes se expresaba sobre todo en las fiestas religiosas mediante elementos no verbales como mantones, colchas, luces...”. Es decir, la comunicación tenía “una finalidad predominantemente estética, como decorar la ruta de una procesión”.

Ahora “se ha ampliado la tipología de mensajes: junto a los balcones estéticos y decorativos, están los reivindicativos, que protestan, por ejemplo, contra los recortes; los comerciales, que publicitan un producto, servicio o idea; los señalizadores, que muestran dónde se encuentra una empresa o institución; los de duelo, ante un atentado o muerte trágica, con crespones y lazos...”.

La importancia de estos elementos domésticos ha llegado recientemente a la publicidad. La campaña desarrollada por Ikea de cara a dar salida a su mobiliario para terrazas, coincidiendo con la llegada del verano, es una buena muestra de ello. En el anuncio, lanzado a través de televisión y redes sociales, se ve a un hombre en una terraza semiabandonada a la que llega un pato y que poco a poco, y a fin de hacer del lugar un entorno más acogedor, va acondicionando como una extensión más de su propia casa.

La imagen de ese tipo de balcones y terrazas, según la doctora Martín, es “la de una persona descuidada”. “Tenemos abandonados los balcones porque no tenemos tiempo para nada, o porque no queremos ser vistos y, por lo tanto, no salimos fuera”, comenta.

Otra posibilidad es que “no necesitamos salir al balcón porque preferimos bajar a la calle, o no somos tal vez conscientes de las posibilidades de este espacio”, refiere. De hecho, el uso del balcón también dependerá de otras circunstancias, como el espacio en el interior de la vivienda o la climatología del lugar donde esté ubicada la casa. “Hay personas que los eliminan y los convierten en metros interiores cerrando el balcón y hay constructores que hacen edificios sin balcones porque los consideran poco útiles”, añade.

A veces no hace falta llegar a tanto porque en cierto modo muchos balcones, galerías y espacios domésticos similares se usan para fines logísticos: desahogos para guardar todos esos trastos que no caben en casa o que, sencillamente, no queremos ver en mitad del salón.

En ese sentido más material hay muchos usos para los balcones de casa. “Puede ser un tendedero, una estancia para descansar, para fumar; puede ser un observatorio astrológico, un huerto urbano, un cobijo de mascotas, un centro meteorológico, un garaje de pequeños vehículos, como bicicletas o patinetes..., incluso un secadero de alimentos”, agrega Martín.

“Pero también hay gente cuyo sueño es vivir en un ático o prefiere un inmueble con un amplio espacio exterior”, señala. Si es tu caso, cuidado con lo que enseñas, y no solo a la hora de ducharte cerrando o no las ventanas.