

LAS FERIAS DE EXPOSICIONES COMO METÁFORAS DE LA CIUDAD

■ Carmen Castañeda Pineda*

El enfoque desde el que abordamos el presente escrito es el de la metáfora cognitiva: una perspectiva que mira los acontecimientos, experiencias y vida que nos rodea desde las acciones de los propios actores. Pero, ¿por qué metáfora?

Lo común cuando hablamos de metáforas es que de alguna manera se juntan dos temas que «aparentemente» no tienen nada que ver: tus *dientes de perlas*, unen el concepto *dientes* con el concepto *perlas* a través de la idea de blancura. Es gracias al poeta como entendemos esa relación.

Para Lakoff y Johnson (2001), las metáforas son elementos organizadores de nuestras acciones y de nuestros pensamientos; existen experiencias básicas en los seres humanos y a partir de ellas organizamos las vivencias que nos son más difíciles de comprender o aquellas que nos son más nuevas. A diferencia del ejemplo de *dientes de perla*, las metáforas no están en las palabras, sino en las acciones y son los actores mismos y no el poeta, los que van entendiendo un tipo de experiencia en términos de otra.

Las experiencias que queremos abordar en este escrito son *feria* de exposiciones y *ciudad*. Entenderemos como *ciudad*, tanto la realidad material concreta, como el conjunto de funciones sociales diversas que en ella acontece.

Con *feria* nos referiremos a las exposiciones efímeras, «áreas dedicadas a la promoción, presentación y difusión de un producto o de un evento —cultural, religioso, político, comercial, educativo, social—, cuyo tiempo de vida es limitado» (Asensio, 1990:13-18).

La experiencia básica es la de ciudad y la que queremos comprender mejor es la de *feria*. Esta división se explica, desde nuestro enfoque, en el hecho de que la experiencia de vivir y organizarse en comunidad es anterior al de *feria*.

Como aclaramos al principio del texto, se trata de comprender las acciones de los actores, de ahí que situaremos nuestra metáfora en las ferias de León, atendiendo además en específico a las ferias de la Asociación Nacional para la Industria del Calzado (ANPIC) y Salón de la Piel y el Calzado (SAPICA), las cuales caracterizan a esta ciudad.

Hemos llegado a la base del texto, que en los términos propios y notación de la metáfora cognitiva se escribiría:

Las ferias de ANPIC y SAPICA son como¹ una ciudad

La primera relación que ambas experiencias ofrecen es que son *espacios* donde la gente se organiza y se relaciona con fines comunes; son lugares de intercambio social. Visualmente, el espacio que alberga a los *stands* de las ferias se estructura de la misma manera en que se organizan las calles de una ciudad: hay pasillos (calles) estrechos; pasillos (calles) principales; espacios especialmente diseñados para comer (restaurantes de la ciudad); lugares destinados para la prensa, para el servicio médico (hospital); esquinas y zonas importantes, así como eventos dentro de las ferias (eventos culturales como en cualquier ciudad).

Como en toda metáfora hay aspectos que se relacionan y otros que no. Lo particular de la feria en relación con los espacios es que éstos se organizan en torno a temáticas, por ejemplo, «pabellón nuevos emprendedores» a diferencia de las ciudades, que se organizan en colonias o barrios.

Cognitivamente, las imágenes de las ferias de exposiciones coinciden con las de una

ciudad y así como comparten algunos atributos, también cada contexto tendrá lo propio. Por ejemplo, no podemos hablar de pobreza extrema en una feria como ANPIC o SAPICA.

Las *clases sociales* también están presentes en este tipo de *ferias*, al igual que en las ciudades. Para Marta Gómez (2007) los diferentes grupos que participan en ambas ferias se dividen y conforman de acuerdo con las variables de gusto y vanguardia; ambos conceptos tienen como indicador la internacionalización, es decir, que aquellos empresarios que frecuentan las ferias internacionales van conformando el grupo de vanguardia, ellos son los que utilizan materiales y diseños nuevos, tanto en sus *stands* como en los productos que ofrecen y de acuerdo con estéticas que se usan en ferias europeas del sector. La vanguardia confiere estatus y por tanto «clase». Un segundo grupo lo conforman los dueños de empresas más pequeñas; los dueños viajan y hacen negocio dentro del país, consideran las tendencias internacionales, pero no les es prioritaria. Este grupo tiende a relacionarse con el primero. El tercer grupo son los empresarios que no viajan al extranjero, se preocupan por la moda local y por lo inmediato. No se relacionan socialmente con los grupos anteriores.

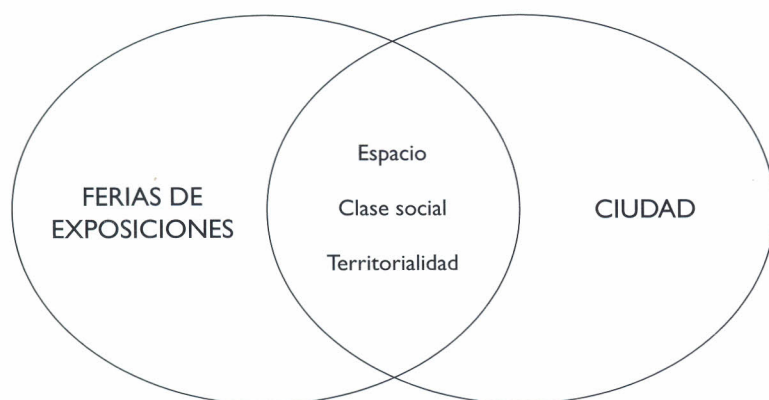
Regresando a nuestra metáfora la *feria* es *ciudad*, la división de clases está presente tanto en la microsociedad de ANPIC y SAPICA como en cualquier ciudad.

Materialmente se observan estas diferencias en la manera en que cada grupo construye sus *stands* (casas); los *stands* del primer grupo son de dos pisos y tienen zonas VIP, donde conviven tanto con clientes como con los empresarios de su mismo grupo. Gómez comenta que:

* Coordinadora de la maestría en Diseño gráfico, UIA León
carmen.castaneda@leon.uia.mx

¹ El *como* no es necesario ponerlo cuando se vive una experiencia en términos de la otra; no se trata de hacer comparaciones sino de resaltar aquello que es válido para ambas experiencias. Lo dejamos a manera de que se entienda mejor el concepto de metáfora.





en este tipo de ferias sus miembros se relacionan mejor entre ellos, que con los miembros de otros grupos, a través de códigos de conducta, por ejemplo, la manera en que dentro del espacio ferial se saludan los miembros de las empresas poderosas, o cómo alguien de ese grupo saluda y recibe a un potencial cliente internacional a diferencia de cómo saluda a quien es ya su cliente incondicional (2007:124).

Siguiendo con nuestra metáfora, observamos que las acciones de «vivir en ciudad» y estar agrupados por colonias, municipios o barrios y todo lo que eso conlleva, están presentes en la feria: pertenecer a un grupo, relacionarse —o no— con gente de otros grupos, vivir en un gran *stand* (casa) o en uno más modesto, son elementos presentes en estas ferias de exposiciones.

Un último tema que retomaremos para explicar nuestra metáfora será el de *territorialidad*. Con dicho concepto nos referimos no sólo al espacio físico de un terreno sino a «una dimensión de lo social, de prácticas y relaciones que conforman redes, actitudes, acciones, identidad, donde lo físico es apenas una de las dimensiones» (Canciani, 2008).

Lo que hace especial a las ferias de ANPIC y SAPICA es que reúnen en un espacio

físico a sus integrantes: la ciudad de los productores de zapatos, quienes ya de por sí habitan un mismo territorio —no físico— basado en la identidad. Uno de los elementos por los que podemos entender la identidad son las *representaciones sociales* del grupo en cuestión; una de las *funciones nucleares*² que identifica a nuestro grupo es la cultura del calzado (producirlo, comprarlo, saber de modas, de materiales, cómo tratar a los clientes, cómo conseguir mejores precios, etc).

Desde el concepto físico y más básico de *territorialidad*, de tener, marcar y defender un territorio, sucede con distintos códigos a los de las ciudades en nuestro ejemplo; Gómez sostiene que «tanto las personas que exponen, como el público que asiste se van apropiando de diferentes zonas: hay un lugar privilegiado asignado para los *stands* de las empresas grandes o de mayor influencia dentro del comité organizador» (2007:126), está también el pasillo principal donde hay que ir a «mostrarse» para ser visto y reconocido.

Así como en calles y avenidas (pasillos) se sale para ser reconocido e identificado como parte del grupo, también dentro de los *stands* el territorio se organiza de acuerdo con las representaciones sociales establecidas por el grupo; hay espacios privados donde sólo pueden entrar, con reservación, ciertos clientes; hay territorios secundarios, semipúblicos de áreas de atención o zonas de exhibición.

Estos territorios organizan y mapean cognitivamente las acciones y conductas de sus integrantes. Por ejemplo, la conducta en el reservado VIP del *stand* no es la misma de la conducta en los pasillos; también la vestimenta es código de diferenciación de identidad y territorialidad.

² Abric (1994) identifica cuatro funciones nucleares de las representaciones sociales: cognitiva, identificadora, de orientación y justificadora (citado por Giménez, 2007:46).

Con estos tres conceptos: espacio, clases sociales y territorialidad, hemos explicado porqué la metáfora *feria-ciudad* es consistente (ver figura en la página anterior).

Como ya lo mencionamos, en un análisis metafórico habrá elementos propios de cada experiencia; lo útil con este tipo de acercamientos sería analizar, ¿por qué como seres humanos nos es «propio» relacionarnos en estos términos? Una situación de compra-venta-exhibición, como son las ferias de ANPIC y SAPICA

son coherentemente explicadas sólo a través de un tipo de sociedad-ciudad de consumo.

Para la teoría de la metáfora cognitiva, los esquemas que subyacen a las acciones son los que conforman nuestros pensamientos, conductas y a nosotros mismos. Habrá que preguntarnos si es lo que queremos, ¿con qué experiencia(s) podríamos ahora comparar la manera en que vivimos y actuamos en nuestra ciudad? ■

REFERENCIAS

Abric, Jean-Claude (1994) *Pratiques sociales et représentations*. París: PUF.

Asensio Cerver, Francisco (ed.) (1990) «Escaparatismo». En *Decoración comercial*, 5. Barcelona: Atrium.

Canciani, María Luisa (2008) «Saberes, territorio y proyecto: apuntes para renovar el debate». En foro *Sociedad del conocimiento, educación e inclusión social*. Conferencia. Septiembre. Argentina: Universidad Nacional del Nordeste.

Giménez, Gilberto (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. México: ITESO/CONACULTA.

Gómez Torres, Marta (2007) *Aplicación de la retórica en el diseño de stand. Caso de ANPIC y SAPICA*. Tesis para obtener el grado de maestría en Diseño gráfico. León: UIA León.

Lakoff, George y Johnson Mark (2001) *Metáforas de la vida cotidiana*. Colección Teorema. Madrid: Cátedra.