

# El cuerpo como expresión en la compra venta en el callejón de los pobres

## *The Body as Expression when Selling in the "Alleyway of the Poor"*

Recibido: 04-05-07  
Aceptado: 22-04-08

**Elys Ávila**  
**Cleothilde Najuly**  
**Johnny Nuñez**

E-mail: elys\_avila@hotmail.com

### Resumen

Los aportes teóricos y prácticos de Marcel Mauss con la teoría de técnicas corporales, Birdwhistell con la comunicación no verbal (kinésica) y Edward T. Hall con su teoría de la proxémica, sirvieron para desarrollar una investigación sobre cómo el buhonero utiliza su cuerpo como expresión en la compra venta en El callejón de los pobres de la ciudad de Maracaibo. El enfoque de esta investigación se basa en las observaciones hechas a los buhoneros, específicamente a los buhoneros estacionarios, en cuanto al tipo de comunicación que se desarrolla en un espacio delimitado, por medio de un lenguaje no verbal con características definidas que incluyen gestos, posturas, mirada y sonrisa. Todos estos datos de la expresión corporal de los buhoneros arrojan una luz esclarecedora sobre la identidad cultural de ese grupo de trabajadores de la economía informal.

#### **Palabras clave:**

Buhonero, técnicas corporales, proxémica, y kinésica.

### Abstract

The theoretical and practical contributions of Marcel Mauss with the theory of body techniques, Birdwhistell with non-verbal communication (kinesics) and Edward T. Hall with his theory of proxemics are used to develop a study about how the street vendor uses his body expressively for selling in the Alleyway of the Poor in the city of Maracaibo. This research was based on observations of street vendors, especially stationary vendors, focusing on the type of communication that develops in a limited space using non-verbal language with defined characteristics including gestures, postures, looks and smiles. Data about the vendors' physical expression sheds light on the cultural identity of this group of workers in the informal economy.

#### **Key words:**

Street vendor, corporal techniques, proxemics, kinetics.

## Introducción

Mauss denominó a los usos que se hacen del cuerpo "técnicas corporales", las que son modeladas por la sociedad mediante la socialización concertada o vía la imitación espontánea. Es todo acto tradicional eficaz, de carácter práctico y construido, aceptado y legitimado por su eficacia social. Para Marcel Mauss la técnica corporal es: "La forma en que los hombres, sociedad por sociedad, hacen uso de su cuerpo en una forma tradicional" (1971: 22).

Mauss nos ofrece un abanico de posibilidades en cuanto a los tipos de técnicas corporales, la diversidad es amplia, tanta que es posible entonces darle un espacio a la técnica relacionada a la actividad comercial. En este caso, la actividad comercial generada por el comerciante informal o buhonero, cuyos recursos, estrategias de venta y cualquier otro medio que emplee durante su jornada laboral, cobra vida con cada expresión, gesto, postura y movimientos corporales.

Para ello será necesario tomar en cuenta otras dos teorías como lo son la proxémica y la kinésica que unidas a las técnicas corporales constituirán las bases teóricas que tomaremos como referencia para estudiar el comportamiento y la forma de expresión del buhonero de El callejón de los pobres en la ciudad de Maracaibo.

Serán estas teorías las que nos permitirán describir el cuerpo como medio de expresión en la compra venta, contextualizar la misma, describir la apropiación del espacio y relacionar el cuerpo como medio expresivo en el intercambio de la compra venta en el callejón de los pobres.

## Aproximaciones Teóricas

El ser humano en su necesidad de expresarse, comunicar e interactuar con su entorno, va más allá de la palabra hablada o escrita. La comunicación no verbal se da por lo general de manera inconsciente revelando así los pensamientos, sentimientos y emociones que embargan o que envuelven al hombre. El cuerpo se convierte en la principal herramienta de comunicación y la manera en que esta es utilizada varía según el entorno cultural y social donde se desarrolla.

Existen varias teorías que abordan lo complejo de la comunicación humana, donde se hace mención de cómo el ser humano utiliza su cuerpo con diferentes técnicas, que estas a su vez lo ayudan a definir un espacio propio en un entorno comunicacional, en el que el lenguaje corporal es la manifestación de tradiciones y costumbres de la sociedad a la que pertenece.

Si tomamos la teoría de Marcel Mauss sobre técnicas corporales, encontramos que expone lo siguiente:

Hablo de técnicas corporales porque se puede hacer la teoría de la técnica de los cuerpos partiendo de un estudio, de una exposición, de una simple y pura descripción de las técnicas corporales. Con esa palabra quiero expresar la forma en que los hombres, sociedad por sociedad, hacen uso de su cuerpo en una forma tradicional (Mauss, 1971: 22).

Para Mauss no hay técnica ni transmisión mientras no haya tradición. El cuerpo es el primer material del que dispone el sujeto para elaborar su identidad. Por imitación y por socialización, éste va desarrollándose bajo ideas y mecanismos que le provee su grupo cultural para distinguirse de otros cuerpos. El cuerpo es el instrumento, el objeto y medio técnico más normal del hombre. Partiendo de lo antes expuesto podemos decir que el buhonero del callejón de los pobres está condicionado por ciertos hábitos, costumbres y normas que reflejan su entorno socio-cultural. En este mismo entorno podemos observar cómo el territorio juega un papel importante en la delimitación de los espacios. Helena Calsamiglia B. y Amparo Tusón V. lo definen de esta manera: "El territorio, tomado en un sentido etológico, se entiende como el espacio material, psicológico y simbólico por el que se mueve el sujeto social, formando el ámbito personal que siente como propio" (2002: 161). Podríamos entonces decir que el callejón de los pobres constituye un territorio con características muy particulares, en donde el buhonero domina el espacio a favor de una transacción comercial favorable en la que intraculturalidad e interculturalidad se manifiestan respetando las normativas que en dicho territorio están establecidas.

Con base en lo anterior, podremos profundizar en cómo las distancias se desarrollan en un territorio y en especial el de El callejón de los pobres. Tomaremos a la proxémica como punto de referencia, término que fue introducido por el antropólogo Edward T. Hall en 1963, para describir las distancias medibles entre la gente mientras estas interactúan entre sí. La proxémica estudia la orientación espacial personal en el contexto de la distancia conversacional y como ésta varía de acuerdo con el sexo, el status, los roles, la orientación cultural y otros factores.

El espacio personal Hall lo definió como el espacio que nos rodea, al que no dejamos que otros entren a no ser que les invitemos a hacerlo o se den circunstancias especiales. Se extiende más hacia delante que hacia los lados, y mínimo en nuestras espaldas.

En cada cultura se pueden apreciar distancias medibles, donde lo apropiado y lo adecuado de las mismas, dependerá del entorno socio-cultural en donde se mueven las masas. Sin embargo, en el callejón de los pobres estas distancias se acortan a un punto de no poderse medir de una manera precisa, ya que el acercamiento entre comerciante y cliente trasciende el espacio íntimo de cada uno, e involucra considerablemente a la gestualidad.

En este último aspecto es importante mencionar a Ray Birdwhistell, el primero que con sus trabajos de investigación sobre la gestualidad en la comunicación, introduce el término de kinésica como una nueva disciplina en el área de la comunicación. Como observa Yves Winkin:

Birdwhistell rechaza la idea tradicional según la cual el gesto es una especie de marco un poco superficial alrededor del lenguaje. Para él, gestualidad y lenguaje se integran en un sistema constituido por una multiplicidad de modos de comunicación, tales como el tacto, el olfato, el espacio y el tiempo (1994: 74-5).

Birdwhistell llega a la conclusión de que una gran parte de la comunicación humana se desenvuelve inconscientemente, que no hay gestos universales, sino que los gestos varían dependiendo de la cultura o la sociedad de donde proviene o vive el individuo que se expresa. A veces, el comportamiento no verbal contradice lo que se está expresando verbalmente.

Antes habíamos hecho mención de que el ser humano en su necesidad de expresarse, comunicar e interactuar con su entorno, va más allá de la palabra hablada o escrita. Calsamiglia y Tusón citan a Fernando Poyatos, para quien la comprensión del discurso en su dimensión compleja implica saber captar "lo que decimos, cómo lo decimos y cómo lo movemos" (2002: 48). El concepto que Poyatos tiene de la kinésica nos ayudará a profundizar en la comunicación no verbal, es decir, todo lo que tiene que ver con los gestos, las posturas, la expresión del rostro (que incluye la forma de mirar y sonreír).

Partiendo de la definición que hace Poyatos (1994) sobre la kinésica, podemos decir que esta es el resultado de acciones corporales complejas que van desde los gestos, la coordinación motora tanto fina y gruesa, así como el uso de posturas; todos estos elementos están a su vez estrechamente relacionados con los procesos internos perceptibles e instintivos y que junto con los órganos sensoriales vienen a dar origen a un tipo de comunicación en la que el lenguaje corporal acompaña el verbal.

Todo lo anterior nos permite abordar el estudio del comportamiento no verbal del buhonero, en el que se puede apreciar la forma en la que este hace uso de su cuerpo como herramienta de expresión, sin ser consciente de las gamas de gestos, expresiones faciales, posturas corporales, miradas y sonrisas que surgen o no dependiendo del momento o de la realidad que viva. Se puede notar por ejemplo la implicación corporal que tiene un buhonero en la transacción comercial, cuando la postura de su cuerpo se da de una manera frontal en relación al cliente, creando una apertura a una comunicación efectiva. Los gestos son indicadores para apreciar como el buhonero hace uso de estos, para reforzar y acompañar lo que la palabra quiere expresar en determinado momento. En cuanto a las expresiones faciales estas no han podido ser clasificadas como universales, es decir, que no existe un determinado tipo de expresión para cada situación, pero sí se puede decir que las expresiones faciales no pueden pasar desapercibidas y que las verdaderas emociones y sentimientos que se encuentren presentes en el buhonero, van variando a medida que la jornada de trabajo avanza hacia su fin, dejando ver desde un principio señales dinámicas que después se van convirtiendo en señales de cansancio, producto de la fatiga que genera su actividad comercial. La mirada es el primer contacto visual que utiliza el buhonero, haciendo un recorrido constante en el que proyecta su mirada por el espacio, a la búsqueda de posibles nuevos compradores, y cuando surge un potencial cliente comienza una inspección del mismo, en el que la mirada del buhonero se pasea por el cuerpo del comprador; a su vez cuando se da el contacto visual entre ambos, surge entonces la sonrisa por parte del buhonero, como una herramienta más dentro del desarrollo de la comunicación no verbal, buscando romper con la formalidad para así hacer sentir al cliente cómodo y confiado y que este responda de una manera positiva y abierta a la transacción comercial.

## **Descripción del Lenguaje Corporal**

El callejón de los pobres es un mercado popular, en el que a diario se da una actividad comercial que da origen a un intercambio comunicacional a través de la interacción humana. Los actores de este proceso son los buhoneros y aquellos visitantes que transitan por ese espacio. La definición del buhonero según el Diccionario de la Real Academia Española es la siguiente:

"m. y f. Persona que lleva o vende cosas de buhonería. Ven. Vendedor ambulante".

Hay quien también clasifica este tipo de comerciante en estacionario y ambulante (ver [http://www.lablaa.org/blaavirtual/historia/equinoccial\\_6\\_comercio/capitu18.htm](http://www.lablaa.org/blaavirtual/historia/equinoccial_6_comercio/capitu18.htm)).

Partiendo de esta clasificación, consideraremos:

- El **buhonero vitrina**, o ambulante, quien comercia con mercancías y/o productos en el espacio público sin establecerse en un lugar específico.

- El **buhonero estacionario**, quien comercia con mercancía y/o productos de manera transitoria o permanente en un lugar determinado del espacio público. Será este último nuestro objeto de estudio.

Como hemos visto, la identidad del buhonero depende de su relación con el espacio, el cual presenta unas características propias del entorno social y cultural que reflejan a su vez la identidad del maracaibero. Entre esas características, el aspecto territorial se hace primordial a la hora de desarrollar el sentido de pertenencia y de apropiación de un espacio, claramente delimitado por unas normativas preestablecidas que responde a intereses particulares del buhonero, pero orientadas a la vez a establecer un equilibrio en el que todos, vendedor y cliente resulten beneficiados. El buhonero se mueve en un espacio, en el que su cuerpo se convierte en la herramienta más directa y contundente, donde la forma de abordar al cliente es todo un arte que lo lleva a desarrollar todo un performance, en la que el lenguaje corporal y técnicas juegan e interactúan de una manera muy apegadas a las raíces culturales. Es a través del intercambio de dones, que se da origen a la creación de un lenguaje corporal propio del buhonero, en la que el cuerpo se transforma en un ente que emite y capta información para poder satisfacer las necesidades del cliente que son tan prioritarias como las propias, ya que un cliente satisfecho equivale a una inversión a corto, mediano y largo plazo.

Anteriormente hicimos mención de la mirada y la sonrisa como herramientas estratégicas empleadas por el buhonero en pro de sus intereses comerciales. Podríamos dar otro ejemplo de cómo el buhonero cuando quiere seducir a un cliente, tiende a pasear la mirada desde la mercancía hasta este, dejando esta fija sobre el cliente en espera de una reacción, el parpadeo suele ser menor y su mirada se torna más aguda (figura 1).

La sonrisa como estrategia es muy importante, podemos notar que las barreras pueden ser derribadas



**Figura 1**

cuando al dirigirla al cliente es difícil para este no devolverla, creando un ambiente positivo y alejando en algunos casos cualquier tensión que en ese momento aborde al cliente, ya que la misma siempre es acompañada con una frase jocosa que guarda relación con la necesidad de lo que desea obtener el buhonero, que no es otra cosa que vender su mercancía (figura 2).



**Figura 2**

Las posiciones corporales se definen por la disposición del cuerpo a aceptar a otros en la interacción. Así se habla de posiciones abiertas o cerradas y de la orientación del ángulo con el que el cuerpo está dirigido hacia los demás. En la acción de la compra-venta, observamos cómo el buhonero aborda al cliente desde un ángulo frontal, donde el nivel de implicación del mismo es elevado, siendo esta acción considerada una postura abierta (figura 3).



**Figura 3**

Mientras que en la cerrada, el ángulo del cuerpo varía dependiendo de los intereses que este tenga hacia el cliente, en el que la indiferencia se hace presente hasta el punto de llegar a darle la espalda (Figura 4).



**Figura 4**

En cuanto al gesto, podemos definirlo como el movimiento corporal propio de las articulaciones, principalmente de los movimientos corporales realizados con las manos, brazos y cabeza. Como observan Helena Cal-samiglia B. y Amparo Tusón V., la kinésica incluye movimientos de saludos, chasquidos, aplausos, palmadas en la espalda, levantar de cejas. También estas autoras señalan, apoyándose en Mark Knapp y Lluís Payrató: "La clasificación más sencilla de los elementos cinésicos los divide en emblemas, reguladores, expresivos-afectivos y adaptadores" (2002: 51).

En el buhonero se pueden observar gestos emble-máticos, reguladores, ilustradores, expresivo-afectivos, y adaptadores. Cuando el buhonero anuncia una venta, hace un gesto con sus manos aplaudiendo y reforzando lo expresado verbalmente, creando una estrategia

para llamar la atención de los clientes. Este tipo de acción la podemos identificar como un gesto ilustrador, son aquellos gestos unidos al lenguaje, que no tienen un significado directamente traducible, la palabra a la que van unidos no les da su significado. Este tipo de gesto sirve a esa palabra más no la significa. La forma de servirla reside en su capacidad para recalcar lo que se dice, enfatizar o imponer un ritmo a la palabra que esta por sí misma no tendría.

La expresión facial es el medio más rico e importante para expresar emociones y estados de ánimo junto con la mirada. Principalmente, y aparte de la expresión de emociones, la expresión facial se utiliza para dos cosas: para regular la interacción y reforzar al receptor. En el buhonero la expresión cambia según la situación que se esté dando en el momento, por ejemplo, cuando hacen un llamado a un cliente para que este se dirija a su tarantín, se puede observar que hay un levantamiento de cejas, los parpados se abren más, aparece una ligera sonrisa con una cierta picardía, utilizando todo esto como estrategia para agradar al cliente y tener su atención.

## **Conclusión**

Dar una conclusión no significa el cierre o la culminación de esta investigación. Este trabajo no es más que un abre boca de lo complejo y diversificado de las técnicas corporales. Llevar lo teórico a lo práctico dando espacio a la reflexión, es la forma más sencilla, clara, y sistemática para captar, entender y reforzar lo que tantas veces la teoría nos ha dicho en relación a la forma como los hombres se expresan más allá de la palabra.

Nuestra principal reflexión es sobre cómo el cuerpo se convierte en el medio de expresión verbal más fiel que la palabra. El buhonero es un cuerpo danzante, que se expresa a través de gestos, posturas, miradas y acciones que se desarrollan dentro de ese gran escenario que es El callejón de los pobres. Es en ese escenario, donde se narran historias en el que las manifestaciones tradicionales surgen a diario y cobran vida a través del lenguaje corporal del buhonero.

Llegar a apreciar la versatilidad de movimientos, la fuerza y el dinamismo con que el buhonero asume su jornada laboral nos lleva a reflexionar sobre lo representativo de la identidad del maracaibero, es decir, la riqueza de imágenes que en medio de un desorden aparente forman un conjunto de símbolos que recrean los sentidos de quienes observan, de cómo ese caos adquiere un orden y hasta un sentido casi comparable a una coreografía colectiva.

Es el gesto antes que la palabra lo que da origen a la expresión y ésta estará determinada por ese entorno cultural en el que las distancias se acortan o extienden y donde la tradición determinará un rol importante en la transmisión de las técnicas corporales, el lenguaje corporal y en todo aquello que tenga que ver con la comunicación humana.

Lo complejo de esta investigación nos llevó a descubrir que existen otros aspectos tan importantes como lo son: la sincronización, los ritmos y acompasamientos, elementos que sería necesario estudiar, para poder profundizar sobre cómo el cuerpo se convierte en un medio de expresión en la compra venta en El callejón de los pobres, dejando así abierta las posibilidades a nuevas investigaciones sobre estos elementos.

## Bibliografía

- Avila, Elys, Najul, Cleothilde y Nuñez, Johnny. (2007). C.D. **El cuerpo como medio de expresión en la compra venta en El callejón de los pobres.** Maracaibo.
- Mauss, M. (1971). **Sociología y Antropología.** Madrid: Tecnos.
- Hall, E. (1978). **Más allá de la cultura,** Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona.
- Diccionario De La Lengua Española - vigésima segunda edición. Disponible en la página Web: <http://buscon.rae.es/drae/SrvltGUIBusUsual?LEMA=buho-nero>.
- Calsamiglia B. Helena y Tusón V. Amparo. (2002). **Las cosas del decir.** Barcelona: Ariel.
- Patiño, Víctor Manuel. **Historia de la Cultura Material en la América Equinoccial (Tomo VI)** Comercio. Disponible en la página Web: [http://www.la-blaa.org/blaavirtual/historia/equinoccial\\_6\\_comercio/capitu18.htm](http://www.la-blaa.org/blaavirtual/historia/equinoccial_6_comercio/capitu18.htm)
- Winkin, Yves (comp. e introd.) (1994). **La nueva comunicación.** Barcelona: Kairós.