

## **Kakaibang Halimuyak: Iba't Ibang Imahe ng Pangangapital sa Balintawak**

**Mariah Amour C. Miranda**

Department of the Interior and Local Government, Philippines

### **ABSTRACT**

Ginagalugad ng sanaysay na ito ang isang pangunahing lugar na nadaraanan mula Norte patungong Maynila—ang Balintawak. Nagsisilbing manibela ng pagsusuri ang kontemporaneong pananaw sa lunan bilang pugad ng mga anyong may magkakasalungat na kahulugan. Binibigyang-pansin ng sanaysay ang iba't ibang imahe ng pagbebenta na matatagpuan sa Balintawak: ang billboard ng kumpanyang Bench na siyang pinakamalaki, ang mismong palengke, at ang mga lakong paninda sa tabing-kalsada. Sa pamamagitan nito, maipapakita ng sanaysay kung paano madadalumat ang Balintawak bilang isang panlipunang texto na sumasalamin sa mga magkakaibang pangangapital sa naturang lunan.

This essay explores the space of Balintawak—a focal point of urban travel from northern Luzon to Manila. Using the contemporary view on space as a site of structures with contradictory meanings, the study seeks to understand how various images of market activities in Balintawak create meaningful representations. These images include the gigantic billboard of Bench, the central market itself, and flea markets in the area. The essay shows how Balintawak as a social text serves as a trading center of different forms of capital.

*Keywords:* Balintawak, lunan, Bench billboard, Lefebvre

### **UBOD NG MGA NANGANGAMOY NA LARAWAN: ANG LULAN NG LUNANG BALINTAWAK**

Ang Balintawak ay bahagi ng Epifanio de los Santos Avenue (EDSA) na isa sa pinakapinsipal na ruta sa kalakhang Maynila. Isa ito sa mga mahahalagang tagpuan ng mga pagpapalitan ng mga naglalakbay galing at patungo saanman sa apat: sa hilagang Luzon, sa lungsod ng Quezon, sa lungsod ng Caloocan, at sa lungsod ng Maynila. Subalit, mas nakaangat ang katangian nito sa mga ipinagbibili at binibiling produktong pampalengke. Kabilang sa mga panindang ito ang lahat na yata ng uri ng prutas, gulay, karne, dry products gaya ng itlog, tuyo, monggo, mantika, kasama na ang

mga gamit pambahay tulad ng walis, dustpan, at mga produktong pantao gaya ng mga damit, gamot, at marami pang iba. Sa pangkalahatan, ang Balintawak ay itinuturing na bagsakan ng mga pangunahing panindang iniluluwas pa mula sa mga probinsiya sa Luzon (Bulacan, Baguio, Zambales, Tarlac, Pampanga, Bicol) at Visayas.

Layunin ng pag-aaral na mapalaganap pa ang konsepto ng lunan bilang isang 'balintuna' (Cabalfin, 2003, cited in Cañete, 2011), at bilang isang textong mayaman sa aspektong kultural, ekonomiko, at pulitikal (Cañete, 2011). Sa hilaw na pagsambit, masasabing ang Balintawak ay isang nangangamoy na lunan. Bunsod ito ng palengke na sentral na sa pagkakakilanlan ng Balintawak. Ang katangiang ito ang siyang gagawing lunsaran ng sanaysay upang maimapa ang Balintawak bilang isang texto. Ipapakita ng pag-aaral na bukod sa palengke, mayroon pang ibang imahe na hindi man literal na nangangamoy ay sumasalansang naman sa idea ng 'pagkamabaho' ng Balintawak. Imamapa ng sanaysay ang mga imaheng ito sa mas malawak na usapin ng galaw ng kapangyarihan at representasyong nakikibahagi sa mga kabalintunaang nakapaloob sa isang lunan.

### **PAANO NGA BA SISIPATIN ANG BALINTAWAK BILANG ISANG LUNAN?**

Sa akdang *The Production of Space* (1991), itinala ni Henri Lefebvre ang isang malawakang teorya kung saan sentral ang lunan bilang isang produksiyon. Nagbigay siya ng tatlong konseptong bumubuo sa lunan: pagkilos panlunan (spatial practice), representasyon ng lunan (representation of space), at lunang representasyonal (representational space). Tumutukoy ang pagkilos panlunan sa mga espasyal na prosesong isinasagawa ng mga tao sa pagmateryalisa ng mga ideolohiya, kamalayan, at paniniwala na nagsisilbing balangkas ng lipunan (halimbawa ang kapitalismo). Samantala, ang representasyon ng lunan ay pagdalumat sa lunan batay sa intelektwalisasyon ng mga aktibo sa paggawa ng mga kagamitang teknikal, tulad halimbawa ng mapa. Panghuli, ang lunang representasyonal ay ang aktwal na ginagalawan ng mga mamamayan kung saan may tuwiran silang ugnayan. Nagiging kasangkapan ang espasyong ito para sa pagpapalawig ng nauna nang dalawang konseptong espasyal.

Ang pagluklok sa Balintawak bilang isang lunang representasyonal ang ulap na gagalawan ng papel. Gabay sa pag-aaral ang suhestiyong ibinigay ni Lefebvre (1991) na paghawan sa multirelasyonal na sapot ng lunan (o spatial architectonics) na hindi lamang titigil sa pagsasalarawan ng mga anyong nakapaloob dito. Uusad ang pagsusuri sa diskursong nalilikha ng magkakaibang imahe na malaon ay makikibahagi sa pagsusuri ng katextuhan ng piniling lunan.

Sa pagsipat sa anyo at diskurso, at sa pag-uugnay nito sa mas malawak na usapin ng kapangyarihan, mabibigyang-kabuluhan ang Balintawak bilang isang lunang representasyonal. Batay ito sa pagpapakahulugan ni Gregory (1994) sa konsepto ng representasyon bilang “ways in which the world is made present, re-presented, and discursively constructed” (p. 104). Anumang iskema ng pagtingin—maging ito man ay pansarili o pangkatan—ay may naiaambag sa usapin ng lunang representasyonal, dahil anumang suliraning kakaharapin ng pagsasalarawan ay repleksiyon ng suliranin sa representasyon (Gregory, 1994).

### **MGA PAMAMARAANG MAGPAPALANGHAP NG PAGSUSURI**

Pinili ng pag-aaral na gawing lunsaran ang pagbebenta na siyang nakabatay sa paimbabaw na dating ng lunang Balintawak.

Unang pinili ang pagtitinda ng produktong Bench sa anyo ng billboard. Tulad ng kapansin-pansing amoy, hindi rin mapapasubalian ang billboard dahil sa laki (pinakamalaki ito sa apat na mga billboard na naroon) at puwesto nito (nakagitna) sa Balintawak. Kabilang ito sa iba pang itinuturing na pinakamalalaking billboard sa EDSA (na matatagpuan sa Guadalupe at Magallanes) na pagmamay-ari lahat ng kumpanyang Bench. Ang mga naglipanang billboard na ito ay hindi na rin nakapagtataka dahil tinagurian na ngang ‘Bench Avenue’ ang EDSA.

Ayon pa sa pag-aaral ni Cañete (2011), ang Bench na ang naging pinakapopular na brand sa kalakhang Maynila kaya ito rin ang sinasabing nagtataglay ng pinakamaraming ads. Narating ng Bench ang ganitong estado dahil sa mga pagpapalaganap na isinagawa nito: ang pagpapalaganap sa uri ng mga modelo na dati-rati ay lalaking artista lamang ngunit ngayon ay kabilang na ang babae at sports player (Cañete, 2005), ang pagpapalaganap sa espasyo ng pagbebenta mula mall patungong lungsod (Cañete, 2011), at panghuli, na siyang nais kong idagdag, ang pagpoprojek na nakasabay ito sa global na industriya gamit ang mga modelong hindi Pinoy. Ilan sa mga modelong ito ay kinabibilangan nina Adam Levine, Ian Hemsworth, Lincoln Lawrence, at Lee Min Ho, kasama rin ang Korean group na kilala bilang ‘Super Junior’. Kaya naman nakapagkamit na rin ang kumpanyang Bench ng Global Franchise Award noong 2008.

Upang mailangkap ang tatlong paraan ng pagpapalaganap, tiningnan ng pag-aaral ang mga iniladlad na advertisement ng Bench sa Balintawak sa nakalipas na limang taon (2008-2013) sa Internet. Ipinagpapalagay kong nakatutulong ito sa pagpapakapal sa katangian ng Balintawak bilang isang lunan. Maraming manlalakbay ang inaasahang nakakakita sa billboard na ito araw-araw, at ipinapanukala kong ang mga tala na nalilikha ng mga indibidwal na nakatutunghay dito ay maaaring matagpuan sa isang

medium na pumapapel sa karaniwang gawain ng mga tao - wala nang iba kundi ang Internet. Ang Internet ay hindi lamang isang pampalipas-oras o 'niche practice'. Naging bahagi na ito ng pang-araw-araw na buhay ng mga tao sa pangkalahatan (Nakamura, 2008). Sang-ayon sina Argyle at Shields (1996) dito sa pagsasabing "[i]nternet itself is part of everyday life; it is part of the most banal aspects of social interactions" (p. 58). Sa pamamagitan nito, mailulunsad din ng papel ang pagtingin sa Internet bilang isang repositoryo ng mga imaheng sumasalamin sa pang-araw-araw na gawi ng mga manlalakbay.

Ikalawang pinili sa ilalim pa rin ng usapin ng pagbebenta ang pampalengkeng pagtitinda na sentro ng lunang Balintawak. Ayon kay Rose (2012), "[d]iscourse analysis is most concerned with the site of the image itself (...) It is particularly strong at exploring the effects of the compositional and social modalities of images" (p. 225). Mula sa anyo ng pagtitinda ng Bench, uusad ang pag-aaral sa daloy ng samu't saring pagtitindang mababakas sa paligid ng Balintawak bilang isang kilalang bagsakan ng mga produkto sa Maynila. Kasama rito ang mga pagtitinda sa mismong palengke, sa bilao, at sa gilid ng kalsada.

Gayundin, ipinapaalala ni Smith (1990) na hindi lamang kapital o produkto ang may pagdaloy, kundi maging ang mga tao; kaya ang pagpapalitan ng mga manlalakbay mula at patungo sa mga probinsiya o lungsod ang ikatlong pinili para sa pagsipat sa Balintawak. Sang-ayon kay Lefebvre (1991),

Representational space is alive: it speaks. It has an affective kernel or centre: Ego, bed, bedroom, dwelling, house; or: square, church, graveyard. It embraces the loci of passion, of action and of lived situations, and thus immediately implies time. Consequently it may be qualified in various ways: it may be directional, situational or relational, because it is essentially qualitative, fluid and dynamic (Lefebvre, 1991, p. 42).

Kinasangkapan ang sariling tala at danas upang mapagyaman ang lunang pinag-aaralan. Sa pag-uugnay ng tatlong pinili sa ilalim ng konsepto ng pagbebenta, maimamapa ang Balintawak bilang isang natatanging lunang puno ng kabalintunaan.

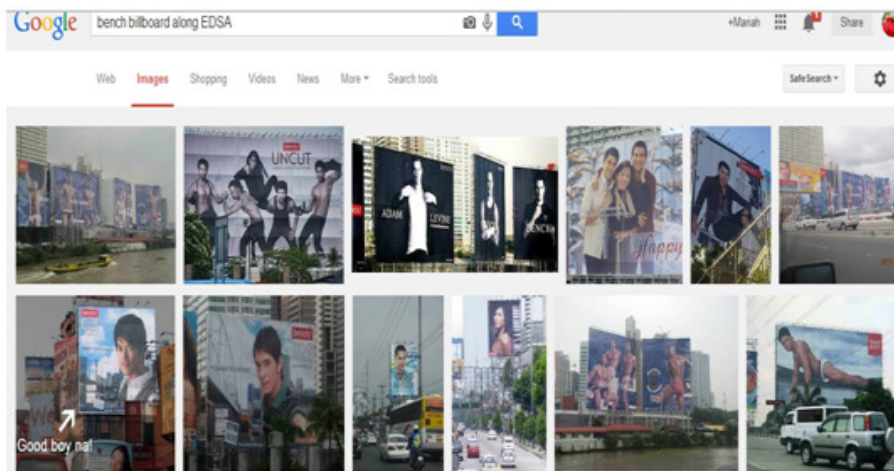
## **MGA SALITANG PINAGLAKBAY SA INTERNET**

Mahigit isang dekada na nang mapagyabong ang Internet bilang daluyan ng kabuuang produksiyon ng mga kaalaman mula salita, tunog, at larawan. Dahil sa patuloy na

pagdami ng mga materyal na maaaring matagpuan sa naturang medium, naging popular na lunsaran na rin ito bilang produksiyon ng mga representasyon (Nakamura, 2008).

Una kong pinuntahan ang website ng Bench (www.bench.com.ph). Bubungad kaagad ang mga achievement at mga award na natanggap nito mula 1991 hanggang 2013. Subalit wala silang tab para sa koleksiyon ng mga billboard; mayroon lamang mga press release kung saan makikita ang mga imahe ng behind-the-scenes ng isang shoot para sa isang billboard, mga imahe ng artista ngunit hindi ng billboard na ilaladlad, at mga imahe ng billboard na ipinakita o ipapakita pa lamang, ngunit walang nakalagay kung saan itong pook iniladlad o ilaladlad. Hindi napunan ng mismong website ng Bench ang pangangailangan ko sa paghahagilap sa mga nakaraang imahe nito, lalo pa at ang mga imaheng unang inilagak ay napapabilang na sa taong 2011. Kaya naman nagpasiya na akong iwanan ang website.

Isinunod ko ang aktuwal na paghahalungkat sa Internet sa pamamagitan ng Google search engine. Una kong ginamit bilang susing salita ang 'bench billboard along EDSA'. Karamihan sa mga imaheng lumabas ay napapabilang sa pook ng Guadalupe (lima mula sa labindalawang imaheng lumabas) samantalang tig-isa naman sa Balintawak at Cubao (Larawan 1).



**Larawan 1.** Mga resulta sa Internet kapag hinanap ang “bench billboard along EDSA”. Mula kaliwa patungong kanan: ang una, ikatlo, ikaanim, ikawalo, at ikalabing-isang litrato ay sa Guadalupe; ang ikalawa ay sa Balintawak; ang ikapito ay sa Cubao. Retrieved October 18, 2013, from [https://www.google.com/search?site=&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=667&q=Bench+billboard+along+EDSA&oq=Bench+billboard+along+EDSA&gs\\_l=img.3...162.3273.0.3445.26.14.0.4.0.2.878.4771.1j4j3j2j1j1j2.14.0....0...1ac.1.37.img..19.7.1436.AEeLoTgwPp8](https://www.google.com/search?site=&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=667&q=Bench+billboard+along+EDSA&oq=Bench+billboard+along+EDSA&gs_l=img.3...162.3273.0.3445.26.14.0.4.0.2.878.4771.1j4j3j2j1j1j2.14.0....0...1ac.1.37.img..19.7.1436.AEeLoTgwPp8)

Sunod kong ginamit bilang susing salita ang ‘bench billboard in Balintawak’. Marami na ang imaheng lumabas, kaya nagdagdag ako sa hulihan nito ng ispesipikong taon; halimbawa, “bench billboard in Balintawak 2008”.

Mapapansing ang pook ang siyang ginawang tuntungan upang makakalap ng mga imahe ng Bench. Ito ang aking pinili sa halip na mga pangalan ng artista o modelo, dahil magiging limitado ang mahahanap na imahe sa Internet kung ispesipikong pangalan ng isang artista lamang ang ilalagay. Malaki ang magiging kaibhan sa image results kung halimbawang ang inilagay ay “Kim Chiu bench billboard” kaysa “Balintawak bench billboard”, dahil ang ilalabas lamang ng una ay ang mga Bench billboard kung saan si Kim Chiu ang modelo, o kaya naman ay mga billboard na siya nga ang modelo ngunit wala naman sa Balintawak. Higit pa roon, hindi sapat ang aking mga nakaraang pagbibiyahang upang makapaglagay ng pangalan ng lahat ng mga artistang nagkaroon ng billboard sa Balintawak.

Batay sa mga nakalap, nakalikha ng tatlong pangkalahatang uri batay sa produkto ng Bench: ang mga undergarment (Bench Body), mga pabango (Daily Scent Cologne at Celebrity Scents), at iba pang ads, tulad ng pantalon (Bench Overhauled Jeans) at hair products (Bench Fix Salon). Ang mga pag-uuring isinagawa ay nakabatay sa kasayasayan ng mga produktong inialok ng Bench: mula sa pawang undergarments

#### Mga nakalap sa Internet na Bench billboard sa Balintawak

Bench billboards	Underwear (Bench Body)		Pabango (Daily Scent Cologne at Fragrances)		Iba pa (Overhauled Jeans at Bench Fix Salon)	
	Promosiyon ng underwear lamang	Promosiyon ng underwear at iba pa	Love teams	‘Celebrity scents’	Lokal na modelo	Banyagang modelo
D. Dantes (2008)	✓					
S. Geronimo. etc. (2009)				✓		
J. Cuenca (2010)	✓					
Uncut PBB (2010)					✓	
Summer trip (2012)					✓	
Pacquiao: A Glove Story (2012)			✓			
The Denim Collection (2013)					✓	
D. Padilla (2013)				✓		
C. Martin & P. Pascual (2013)				✓		

noong nagsisimula pa lamang ito (Cañete, 2005), hanggang sa pagdaragdag ng iba pang produkto (pabango at pang-ayos sa mukha at buhok) bilang pagpapalaganap nito sa paglipas ng panahon.

Sa pamamagitan ng Internet, nakapangolekta ng piling tala ng mga indibidwal na napukaw din ng billboard ng Bench sa Balintawak. Ito rin ang nagsilbing unang lagusan upang masilip ang uri ng mga larawang pumatok sa mga hindi ko kilalang indibidwal na ipinagpapalagay kong pangkaraniwang bumabaybay sa Balintawak.

### **MGA IMAHE NG BALINTAWAK**

#### **Sa lente ng kamera nila: Pare-parehong pagpapabango**

Kung ang pagbabatayan ay mga imaheng nakalap sa Internet, sagana sa paimbabaw na pagbebenta ng mga pabango ang Balintawak. Inilabas ang ad ng Bench Daily Scent Cologne noong 2009 na makikita sa Larawan 2.

Lumikha rin ng branding ang Bench na tagni sa ibinebentang pabango. Halimbawa ang temang “A Glove Story” kung saan masusulyapan ang mag-asawang Jinky at Manny Pacquiao na kapwa nakasuot ng boxing gloves (Larawan 3). Gayumpaman,



Larawan 2. JC de Vera, Sarah Geronimo, at Enchong Dee sa Balintawak (2009), Retrieved October 20, 2013, from <http://www.sarahgeronimo.com/forums/index.php/topic/16435-sarah-to-endorse-daily-scent-cologne-by-bench/>



kahit naka-boxing gloves, pormal na damit ang suot ng mag-asawa. Si Manny, bahagyang nakangiti at mas relaxed kumpara sa ekspresyon ng mukha ni Jinky na parang siya ang lumalaban. Feminine pa rin ang dating ni Jinky dahil nakasuot ng dangling earrings at naka-tube para maipakita ang maputi o pinaputing balat.

Nakatagpo rin ng billboard ng Daily Scent Cologne sa katauhan ni Daniel Padilla nitong 2013 lamang. Nakapupukaw ito ng pansin dahil sa laki at disenyo ng imaheng nakaprint sa billboard. Magkakaibang mukha ng young actor ang ibinida (Larawan 4).



Larawan 3. Mag-asawang Pacquiao sa Balintawak (2012), Retrieved October 20, 2013, from <http://tripwow.tripadvisor.com/tripwow/ta-0615-8e96-4d46>



Larawan 4. Daniel Padilla sa Balintawak (2013), Retrieved October 17, 2013, from <http://twicsy.com/i/YKfwUd>



Noong 2013, naglabas muli ang Bench ng Celebrity Scent sa Balintawak kung saan sina Piolo Pascual at Coco Martin naman ang modelo (Larawan 5). Mapapansin sa mga imaheng nakuhanan at inilagay sa Internet na habang tumatagal, mas marami na ang mga pabangong inilagay ng Bench sa billboard nito sa Balintawak, kumpara sa ilan sa dati nitong billboard sa parehong luanan (Larawan 6 at 7). Patunay lamang ito sa pagpapalaganap hindi lamang mula aktor kundi pati na hanggang ibinebentang produkto na isinasagawa ng Bench.



Larawan 5. Piolo Pascual (kaliwa) at Coco Martin sa Balintawak. Sariling kuha ng awtor.



Larawan 6. Dingdong Dantes sa Balintawak (2013), Retrieved October 17, 2013, from <http://www.flickr.com/photos/24267388@N02/2359104189>



Larawan 7. Jake Cueca sa Balintawak (2013), Retrieved October 17, 2013, from [http://baxter-ramblings.blogspot.com/2010\\_07\\_01\\_archive.html](http://baxter-ramblings.blogspot.com/2010_07_01_archive.html)

Bukod sa mga produkto at artista, lumikha rin ang Bench ng promosiyon para sa sariling events nito na iniladlad din sa Balintawak. Nariyan ang inilunsad na Bench Uncut noong 2010. Nagbibigay-suhestiyon ang salitang 'uncut' sa pag-iisip na walang pagpapanggap na magaganap sa fashion show (Andaya, 2010). Ibig sabihin, anuman ang makikita sa fashion show ay lantay at likas sa mga kagandahang nakapaloob sa aspekto ng sekswalidad.

Sa Bench Uncut ad sa Balintawak (Larawan 8), magkakasama ang mga modelo na kilala rin bilang "The Big Five" sa Pinoy Big Brother Double Up: sina Johan Santos, Melisa Cantiveros, Jake Castillo, Jason Francisco, at Steve Jumalon. Sa ad na ito, nakatingin ang lahat ng modelo sa tumititig. Tila sinusundan ng zigzag na linya ang kanilang posisyon mula sa postura, posisyon ng kamay, at posisyon ng katawan. Nasa pinakamataas na anggulo ang babae na ang pinagpapatungan ay ang dalawang lalaking modelo kaya naman siya ang nagsisilbing sentro ng atensiyon ng sinumang nakatingin.

Ibinida rin ng Bench ang koleksiyon nito ng estilong denim (Larawan 9) sa Balintawak. Parehong taon din nang mailadlad naman ang Knit Waist Overhauled Jeans ad ng Bench (Larawan 10). Mga lokal na babaeng celebrity ang makikita rito na kinabibilangan nina Melisa Cantiveros, Julia Montes, Kathryn Bernardo, at Kris Bernal. Bukod sa ad na ito, makikita rin si Kim Chiu kasama sina Rayver Cruz at Sam Concepcion sa isang Bench ad noong 2012 (Larawan 11). Nilagyan ito ng temang "A trip to Summer" bilang pakikibagay sa panahon ng paglalagay nito—bandang Marso hanggang Abril ng naturang taon.



Larawan 8. Uncut ng PBB sa Balintawak (2010), Retrieved October 20, 2013, from <http://www.pinoyhalo.com/2010/06/03/pbb-double-up-big-5-at-the-bench-fashion-show>



Larawan 9. The Denim Collection (2011), Retrieved October 20, 2013, from <https://twitter.com/celestialwarior/status/338977795969540096>



Larawan 10. Kim Chiu at iba pa sa Balintawak (2011), Retrieved October 20, 2013, from <http://dsweetbox.blogspot.com/2011/05/herbench-knit-waist-oj-groove-to-right.html>



Larawan 11. Rayver Cruz, Kim Chiu, at Sam Concepcion sa Balintawak (2012), Retrieved October 20, 2013, from <http://www.angsawariko.com/2012/02/kim-chiu-sam-concepcion-rayver-cruz-on-benchs-summer-collection-billboard/>

Kung pagsasama-samahin ang mga imaheng nakalap sa internet mula 2008 hanggang 2013, mahihinuha ang dalawang puntos.

Una, sagana ang lunang sa mga pabangong ibinebenta sa isang lunang nangangamoy. May iniaalok mula pambata, pangkabataan, at maging sa mga may edad na. Nariyan ang Daily Scents Cologne na sakto ang limang magkakaibang timpla sa isang buong linggo. Mayroon ding mga Celebrity Scents na ipinangalan pa sa mga lokal na artista ang mismong amoy ng pabango. Hindi ko alam kung sinadya ba ng Bench o hindi ang istratohiyang ito para sa naturang lunang. Subalit, natitiyak kong anupaman ang amoy ng kada pabangong iniladlad dito, malayong-malayo ito sa aktuwal na amoy ng Balintawak.

Mapapansin ding ibinebenta sa Balintawak ang mga baguhang artista na mistulang pagpapabango sa kanilang pangalan. Karamihan kasi sa mga celebrity na ito ay mga teenager at yaong mga papasikat pa lamang tulad nina Daniel Padilla, Kim Chiu, at Melisa Cantiveros na nadiskubre sa isang reality show.

### **Sa lente ng sariling kamera: Mga dambanang nagtatagisan**

Hindi ko maaaring ikaila na ang Balintawak ang lunang sumisimbolo ng pagpasok ko sa Maynila mula Bulacan noong ako'y estudyante pa lamang. Paglabas sa North Luzon Expressway (NLEX) at kapag patungong lungsod ng Quezon, unti-unting aakyat ang mga sasakyan papaikot sa Clover Leaf sa Balintawak. At katulad ng papaikot na daanan paakyat ng tulay, nakapalibot din ang mga billboard dito (Larawan 12, 13, 14).



Larawan 12. Bench billboard sa Balintawak mula overpass patungong Malanday (January 31, 2014, sariling kuha).





Larawan 13. Bench billboard sa Balintawak kapag paakyat ng Clover Leaf Interchange (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 14. Bench billboard sa Balintawak sa tulay matapos ang Interchange (January 31, 2014, sariling kuha).

***Bench o Boni: Alin ang Tunay na Monumento?***

Sa pag-ikot ng mga sasakyan patungong Clover Leaf, madaraan ang mistulang isang maliit na liwasan. Mayroon itong istatwa sa gitna, isang pigura na kung aaninagin, kahawig ng mga pagsasalarawan sa mga Katipunero noong panahon ng Kastila. Kapag nakalapit at natitigan ang sinasabing monumento, mababanaag na istatwa pala ni Andres Bonifacio ang naroon sa gitna. May nakaukit na “Pag-ibig sa Tinubuang Lupa” sa plake sa ilalim ng pigura.

Tila hindi paborable ang posisyon ng pigura ni Bonifacio lalo na kung papaakyat ng Clover Leaf. Nakatalikod ito sa main road kung saan dumaraan ang bulto ng mga sasakyan, pati na ang Light Rail Transit o LRT (Larawan 15). Madalas ding ang mga taong naglalakad sa palibot nito ay mga nagmamadaling bumaba, sumakay o tumawid. Kung iisipin, hindi rin nabibigyan ng kaukulang pansin ang monumentong ito kahit pa nasa sentro ito ng daanan paikot ng Balintawak.

Ang malalaking billboard ng Bench ay nagsisilbing background ng monumento sa Balintawak kapag umiikot ang sinasakyan paakyat sa Clover Leaf (Larawan 16).



Larawan 15. Monumento ni Andres Bonifacio sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 16. Bench bilang background ng monumento ni Andres Bonifacio (January 31, 2014, sariling kuha).



Sa aking palagay, hindi ito napapansin ng mga manlalakbay dahil bukod sa pinagbabawalan ang pagpasok sa loob ng monumento, higit na mapupunta ang paningin sa advertisement ng Bench. Sa laki ng billboard, hindi na halos makikita ang monumento ni Bonifacio kahit pa may mga nakapalibot dito na imahe ng mga nakaraang bandila ng bansa. Hindi na nga lamang ang istatwa kundi pati mismong liwasan ang naisasaisantabi lalo na kung ang mga matang nakatunghay ay matatangay sa istrukturang nasa kalakhang likuran nito.

Sapagkat pinagbabawalan ang pagpasok dito, hanggang tanaw lamang ang maaaring gawin sa monumentong ito ni Bonifacio.

### ***Ibang Bench sa Ibaba***

Pag-akyat ng Clover Leaf Interchange, madaraan ang tulay (pa-Malanday sa kaliwa at pa-Cubao naman sa kanan). Habang papalapit sa mismong Balintawak, malayang makikita ang Bench billboard at ang mga paninda pa rin kung saan makikita ang nakalagay na “Mini-Divisoria” at “Bagsakan ng prutas at gulay mula Baguio at Bulacan”. Patunay ito na ang Balintawak sa lungsod ng Quezon ay tinatangka na ring ipanumbas sa Divisoria na primaryang bagsakan ng samu’t saring produkto sa lungsod ng Maynila.

Sa dulo ng tulay sa direksiyong pa-Cubao, magsisimula ang mistulang parada ng mga paninda, ng mga tao, at ng mga sasakyang nakahinto na nagdadala ng mga produkto. Kapag nakalampas na sa tulay, at nakasakay sa FX o airconditioned bus, hindi gugustuhing may bumaba sa bahaging ito dahil kahit na saglit lamang ang pagbukas ng pinto sa FX at ang paghinto ng bus, malalanghap kaagad ang hindi kaaya-ayang amoy dulot ng pagsasama-sama ng mga wet product gaya ng karne ng baboy, baka, manok, at pati na ng mga isda na malapit sa istasyon ng LRT. Tunay na masangsang ang amoy ng palengke, na waring hindi alintana ng mga palakad-lakad na mamimili na humihinto sa mga bangketang nakapuwesto bago pa man ang mismong gusali ng palengke.

Kapag bumaba sa may dulo ng tulay at naglakad-lakad, hindi pa ganoon karami ang mga prutas at gulay na makikita. Sa halip, ang mga paninda na nasa ibaba lamang ng Bench billboard ay mga gamit tulad ng relo, hikaw, mga pirated na DVDs, speakers, accessories sa cellphone at iba pang gadget, mga tsinelas, sapatos, bag, at damit (Larawan 17 at 18).

Agaw-pansin naman ang isang naglalako sa bilao ng mga brief na tuwirang nasisikatan hindi lamang ng araw kundi ng Bench billboard na halos nasa tapat lamang nito. At kakatwa, ang mga nakasulat na tatak ng brief na ibinebenta sa halagang 35 pesos, walang iba kundi 'bench body' (Larawan 19).



Larawan 17. Mga matatagpuan sa ibaba ng Bench billboard sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 18. Mga matatagpuan sa ibaba ng Bench billboard sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 19. 'Bench' brief na matatagpuang itinitinda sa ibaba ng Bench billboard sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).

### ***Senaryong lapag at langit***

Sa paglalakad mula sa mga nagtitinda sa may ibaba ng Bench billboard paakyat, makikita na ang daanan papasok ng palengke. Bakas na rito ang mga prutas, gulay, at karne na ibinebenta ng mga nasa puwesto. Sa aking paglilibot, napansin kong marami sa mga nagtitinda ay nagnanakaw ng tulog habang nakaupo sa harap mismo ng kanilang paninda (Larawan 20 at 21).

Papasok pa lamang sa palengke, makikita na ang mga magkakahanay at magkakasalungat na gusali sa magkabilang-panig. Sa pagpasok sa bandang kanan, may mga nagtitinda ng mga gulay, prutas, itlog, at iba pang panindang sahog. Sa pagtingin naman sa kaliwang bahagi sa itaas, mapapansin ang isang electronic billboard na may logong "Good News PNoy" sa itaas ng gusaling may karatulang "Gubat sa Siyudad Resort" (Larawan 22).

Nagpa-flash ang electronic billboard ng ilang commercial ads at ng mga balita o hakbang na ginawa ng pamahalaan na ipinagpapalagay na 'mabuti' para sa mga Filipino. Halimbawa nito ang pagpirma ng kontrata para sa pagpapalakas ng turismo at ang pagpapatayo ng mga silid-aralan sa malalayong lugar sa bansa. Subalit, tila wala namang nakapapansin sa advertisement na ito, dahil abalang-abala ang mga tao sa pamamalengke at pakikipagtawaran hanggang sa pinakamababang presyo. Samantala, ipinagpapatuloy ng mga nagtitinda ang pagtulog at pamamahinga sa harap ng inilalako; ang iba ay nag-aayos ng mga bultu-bultong paninda na kinakailangang maubos upang

may kitain, at ang mga bumibiyaha ay abala sa paghahabol ng oras; ang lahat nga ay naghahabol sa hanapbuhay at sa salapi.

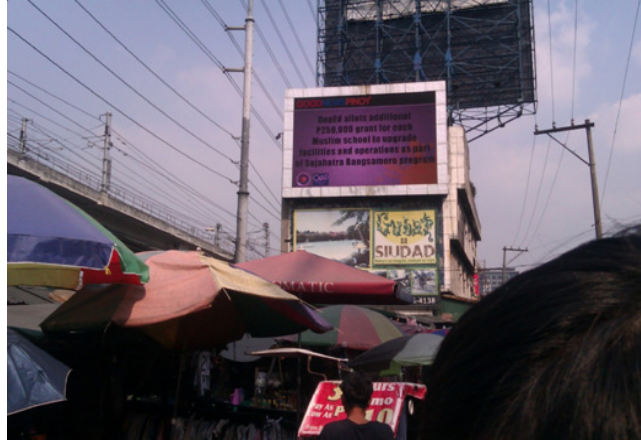
Walang lohikal na pagkakasunud-sunod ang mga produkto na makikita mula sa paglalakad sa palengke ng Balintawak. Habang tumitingin, bagaman magkakasama, hindi ko maiuri nang ganap ang pagkakaayos ng mga produkto—kung nauuna ba ang mga hotdog kaysa itlog, ang mga itlog kaysa manok, ang mga manok kaysa prutas o gulay, dahil mayroong mga nasisingit na ibang paninda tulad na lamang ng mga accessories sa gadgets, mga bracelet at hikaw, mga laruan, drugstore, at lotto stall.



Larawan 20. Mga nagtitinda papasok ng palengke ng Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 21. Mga nagtitinda papasok ng palengke ng Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 22. Good News PNoy, electronic billboard sa kaliwang bahagi ng pasukan ng palengke sa Balintawak (2014, sariling kuha).

Sa totoo lamang, kaniya-kaniyang diskarte ang mga nagtitinda rito upang makabenta. Ang isang ito na makikita sa Larawan 23, nagsuot pa ng lapel mic at saka ipinaliwanag ang kaniyang tindang may kinalaman sa apoy at kalan. Pamilyar ang ganitong mga eksena sa mga houseware ng department store o kaya ay grocery sa isang mall kung saan mayroong nagsasalita at naglalarawan ng pamamaraan sa paggamit ng ibinibidang produkto. At tulad pa rin sa isang mall, may nagbebenta rin ng accessories dito, kung saan may nakalagay na Rose Gold, 10k, Class A (Larawan 24).



Larawan 23. Isang lalaking nagbebenta habang nagsasalita sa mic sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).





Larawan 24. Isang lalaking nagbebenta ng 'gold accessories' sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).

Hindi lamang sa pagtitinda ng Bench sa mga billboard ad nito makikita ang idea ng projeksiyon ng paglangoy sa global na pamilihan sa lunang Balintawak. Mayroon ding mga nagbebenta sa Balintawak na namumuhunan at nakikisali sa malawakang pagpapalitan ng mga produkto sa ibang bansa (Larawan 25). Ibig sabihin, hindi lamang nalilimitahan sa lokal ang Balintawak bilang isang lunan. Sa katunayan, sa mga pagkilos ng mga magkakaibang uri ng pagtitinda rito mula probinsiya patungong lungsod, at maging sa ibang bansa, nahuhulma ang magkasabay at magkakatanggaling puwersang nanggagaling sa mga naglalako ng kani-kanilang produkto.

Matapos madaanan ang parada ng mga paninda, makikita ang istasyon ng LRT 1 (Larawan 26). Sa tapat mismo ng naturang istasyon, mapapansin ang CAC Superstore (Larawan 27). Pumasok ako sa loob ng tindahang kulay-pink ang pintura, na para sa akin, nakapagpapaanyaya sa mga kustomer dahil bahagyang malamig sa pakiramdam, airconditioned sa loob, at makatatakas nang panandalian sa masangsang na amoy ng palengke. Nakalagay sa bungad ng Superstore ang mga sofa, mesa, electric fan, TV, at iba pang appliances na kanilang ibinebenta. Karamihan sa mga electronics, Extreme ang tatak ng produkto, na isang local supplier.

Gayumpaman, higit na marami ang mga ibinebenta sa loob ng CAC lato na pagdating sa kolum ng mga kolorete o makeup, na kumpleto mula foundation, eyeliner, eye shadow, blush-on, lipstick, concealer, at iba pang pampaganda. Tiningnan ko ang mga produktong ito at halos lahat, may tatak na "Made in China". Mayroon ding mga

pabango na nakalagay na “formulated in France”, ngunit sa aking duda, ni-repackaged lang din sa bansang Tsina. Gawang-Tsino rin ang mga porselana at iba pang mga babasagin gaya ng vase na ibinebenta sa naturang tindahan dahil nagkalat ang mga kahong may nakasulat na “Made in China” (Larawan 28).



Larawan 25. Ilang tindahan sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 26. Ang LRT Balintawak sa dulo ng parada ng mga paninda, sasakyan, at mamimili mula sa overpass (January 31, 2014, sariling kuha).



Sa paglabas ng CAC, muling malalanghap ang amoy ng palengke. Mga kamote, singkamas, at mga magkakaibang prutas ang nasa gilid nito (Larawan 29). Kaunting lakad pa at masisilayan naman ang malaking PureGold Supermarket na pumapagitna sa palengke at sa bagsakan ng mga pakwan.



Larawan 27. CAC Superstore sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 28. Mga kahong nasa gitna ng CAC Superstore sa Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).



Larawan 29. Puwesto ng mga nagtitinda sa gilid ng CAC at sa ibaba ng istasyong LRT Balintawak (January 31, 2014, sariling kuha).

### **Sa daan patungong Balintawak: Pagsasalansan ng mga amoy**

Tuwing bumabiyaha, ayaw na ayaw kong may bumababa sa FX sa may Balintawak. Hindi kinakaya ng aking katawan ang nakakabaligtad-tiyan na amoy na pumapaligid sa pook na ito. Sa katunayan, muntik na akong datnan ng pagsusuka at tuluyang pagkahilo sa mga araw na ginagalugad ko ang Balintawak. Habang ang mga mata ko ay aktibong tumitingin, nakatakip naman ang aking mga kamay sa aking pang-amoy. Sabi ng aking kasama noong minsan akong naggalugad, hindi raw dapat ako magtakip ng kamay sapagkat natural sa palengke ang hindi kanais-nais na amoy na malalanghap. Nagpupunta naman ako sa palengke sa amin sa Bulacan, ngunit sadyang hindi nito mapapantayan ang amoy sa Balintawak.

Gayumpaman, hanga ako sa mga nakatatagal sa simoy na dulot ng bagsakang ito. Sa aking paglilibot sa panahon ng aking pag-aaral, napakadalang kong nakakita at nakasalubong ng taong nagtatakip ng ilong gamit ang kamay o kaya ay panyo. Marahil, nasanay na sila sa katangiang ito ng Balintawak bilang isang nangangamoy na lunan, taglay ang kakaibang halimuyak ng pinagsama-samang paninda at usok.

Hindi ko alam kung sinadya o hindi ng Bench ang paglalagay ng mga produktong pabango sa pook ng Balintawak. Tila nagpapasaring ito sa mga mapapadaan. Para bang sinasabing maging mabango gamit ang produktong Bench, at huwag tumulad, o maging kabilang, sa mga hindi kaaya-ayang amoy lalo na sa paligid.

Bilang isang advertisement, papalit-palit din ang mga imaheng matatagpuan sa Bench billboard. Habang nananatili ang pagkapailanlang nito sa ere, hindi naman mabigyan ng sigla ang mga dambanang matamlay sa pagiging mabenta sa atensiyon ng mga naglalakbay. Ang monumento ni Bonifacio sa Balintawak ay hindi binubuksan sa publiko. Sa katunayan, sa mga araw ng paglapit ko dito sa panahon ng aking pag-aaral, napansin kong may mga basurang nakatambak sa isang parte na bubungad kapag galing ng NLEX. Nilagyan din ng bakod ang ilalim nito; marahil dahil dito pansamantalang nananahan ang mga batang lansangan. Bagaman ang silbi ng paglalagak ng mga monumento ay gunitain ang mga bahagi ng kasaysayan ng isang bayan, nagmistula na lamang isang ligaw na pigura ang hulma ni Bonifacio sa ubod ng pakalat-kalat na mga paninda at tao sa Balintawak.

### **IBA'T IBANG IMAHE AT GUNITA**

Ang paglalaro sa isipan ng mga imaheng pakalat-kalat matapos ang aktuwal na paggalugad ay nagbabalik sa kahalagahan ng daluyang naghain ng mga inisyal na larawan sa Balintawak. Mahalaga itong balikan sapagkat nagmula sa magkakaibang espasyo sa Internet ang mga advertisement na nagsilbing pundasyon ng mga interaksiyong panlunan na aking nagagap. Kung matatandaan, sinalungguhitan sa unang bahagi ang kabuluhan ng Internet bilang isang medium na makapagsusulong sa problematisasyon ng mga nalilikhang representasyon ng mga imahe. Naging instrumento ang mga webpage at social networking sites upang mapalitaw ang mga uri ng mga produktong umangat dito. Pinapagtibay nito ang kahalagahan ng Internet sa mga pag-aaral na siyang naging unang baitang sa pagbasa sa katextuhan ng naturang lunan.

Nakatutulong din ang ganitong mga pamamaraan upang makakalap ng mga diskursong nag-aalok ng alternatibong pagsipat sa dominanteng pagsasalarawan sa isang lunan. Ayon kay Guazon (2007),

... how does one generate a counter-image, an alternate imaginary? It is perhaps at this juncture where personal memories can take on the task of encounter. In bell hooks' words, "it is politicized memory that serves to illuminate and transform the present" (Sciorra, 1996, 78). These are the same memories that foreground the fractured, conflicting nature of the city. (Guazon, 2007, p. 314)

Ibig sabihin, makapangyarihan ang akto ng paglingap sa danas ng isang indibidwal maging nasaan man ito—sa blog, website, sariling kamera, o sa gunita—upang masipat ang masalimuot na relasyon ng mga magkakaibang imahe ng isang lunang balintuna.

### **SISINGHAP-SINGHAP NA BALINTAWAK**

Isa sa dalawang namamayaning sistema ng paglikha ng mga lunan ang pagtatagani ng mga kahulugang kultural at pangangapital (Zukin, 1996). Ito ang siyang dahilan kung bakit maaaring makapagpahiwatig ng salungatan ang isang lunan. May mga prosesong ginagawa sa pambansa at panrehiyong sentro na mabibigyang-kahulugan bilang alternatibong pakikihirati. Halimbawa, pare-parehong taglay ng mga lugar sa urban ang istrategyang kultural na naglalayon ng komersiyalisasyon at globalisasyon upang makaakit ng mga investor, property owners, at developers (Zukin, 1996).

Maraming pamumuhunan ang nangamoy sa Balintawak bilang isang lunang puno ng nagtatagisang produkto at tao. Sa mga nakaraang advertisement ng Bench, nakita ang paulit-ulit na pamumuhunan sa mga cologne at perfume na taliwas sa masangsang na amoy ng palengke sa Balintawak. Nagladlad rin ng pamumuhunan sa pagpapabango ng pangalan ng mga baguhang artista. Kung matatandaan sa mga imaheng nakalista at ipinakita, ang mga papasikat pa lamang na artista ang ipinakita ng Bench sa Balintawak sa nakalipas na limang taon. Bagaman 2004 nang magsimulang sumikat si Sarah Geronimo, 2009 ang panahon kung saan pinatayog ang pundasyon ng kaniyang career sa pamamagitan ng mga kabi-kabilang concert at pag-arte sa pelikula, kung saan itinambal siya sa sikat na aktor na si John Lloyd Cruz (Carpio, 2009). Si Daniel Padilla, primaryang teen star ng ABS-CBN, 2010 lamang nagsimula sa kaniyang karera at kasalukuyan pa itong pinasisigla. Maging ang mga modelong ginamit sa Bench Uncut, ad ng fashion show ng Bench, na sina Melisa Cantiveros (mas kilala sa pangalang 'Melai') at Kim Chiu ay baguhan pa lamang na maituturing sa industriya ng show business.

Subalit ang itinuturing na “pangangapital” ay hindi lamang nalilimitahan sa mga napapabilang sa mataas na uri o sa mga malalaking kumpanyang nakikipagsabayan sa globalisasyon. May kakayahan ring mamuhunan ang mga nasa laylayan ng lipunan sa paraang kaiba sa mga pormal na istilo ng mga maykaya.

Sa pampalengkeng pagtitinda, nabakas ang masigasig na pamumuhunang ginagawa ng mga naglalako at nagbebenta sa pamilihan ng Balintawak. Bukod sa pagpapalawak

sa saklaw ng mga paninda mula lokal hanggang internasyonal na pamilihan, nangamoy ang natagpuang paglalaro sa tatak ng Bench, na ipinagpapalagay kong pambabaligtad na gawain ng mga karaniwang tao sa mismong kumpanyang nagpapakabida sa Balintawak (at maaaring ito ay hindi intensiyonal). Nasalamin rin ang paggaya ng mga ordinaryong tindero sa ilang gawaing nakikita lamang dati sa mga mall, na maituturing kong pag-igpaw sa nosyon ng Balintawak sa mga mamimili bilang isang pamilihing masansang man ay nakikisabay din sa mga istratehiya ng pagkita ng salapi at “pag-unlad”.

Hindi naman nawala ang pagpapabango sa gobyerno (GoodNews PNoy), at ang pagsusumiksik ng mga pagbebenta na hindi bagsakan ang pamamaraan (CAC Superstore at ang nakaabang na PureGold Supermarket).

Ito ang siyang paradox ng lunang Balintawak: ang mga nagpapatung-patong, nagsasalansang, at nagtutunggaliang amoy ng mga paninda at pagtitinda mula sa magkakaibang anyo ng pangangapital. Naghahatid nga ito ng kakaibang halimuyak na nagpapailanglang sa isipan ng isang manlalakbay para mapaisip kung aling bahagi nga ba ang tunay na mabango at mabaho sa kaibuturan ng nangangamoy na lunan.

## **MGA PINAGSANGGUNIAN**

Andaya, I. (2010, July 5). Bench uncut. *Style Bible.ph*. Retrieved November 27, 2013 from <http://www.stylebible.ph/fashion/style-report/BENCH-UNCUT>

Cañete, R. (2005). Bench underwear ads and the male body, *Plaridel*, 2(2), 69-92.

Carpio, A. (2009, September 27). An amazing life with Sarah Geronimo. *The Philippine Star*. Retrieved January 5, 2014, from <http://www.philstar.com/sunday-life/508500/amazing-life-sarah-geronimo>

Endozo, P. (2011, May 1). MMDA to inspect all 2,000 EDSA billboards. *Philippine Daily Inquirer*. Retrieved November 27, 2013, from <http://newsinfo.inquirer.net/inquirerheadlines/metro/view/20110501-334098/MMDA-to-inspect-all-2000-Edsa-billboards>

Gregory, D. (1994). *Geographical imaginations*. Cambridge: Blackwell.

Guazon, T. (2007). Situating representation in an urban context: Public parks and the revive Manila program, *Philippine Humanities Review*, 9(1), 297-316.

Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. (D. Nicholson-Smith, Trans.). Oxford: Blackwell (Original work published 1973).

- Nakamura, L. (2008). *Digitizing race: Visual cultures of the internet*. London: University of Minnesota.
- Rose, G. (2012). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. London: Sage.
- Smith, N. (1990). *Uneven development: Nature, capital, and the production of space*. Oxford: Basil Blackwell.
- Zukin, S. (1996). Space and symbols in an age of decline. In A. King (Ed.), *Representing the city: Ethnicity, capital and culture in the twenty-first century metropolis* (pp. 43-59). Malaysia: Macmillan.

---

**Mariah Amour C. Miranda** <binibiningmariah@gmail.com> completed her BA in Broadcast Communication, *magna cum laude*, at the University of the Philippines Diliman in 2014. She worked as a reporter and producer at Central Luzon Television 36 (CLTV 36). She now works in the Department of the Interior and Local Government.