

III Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Temuco, 1998.

Del Bar a la Disco: Estereotipos, Discriminaciones, Identidades y Representaciones en el Consumo Cultural de Jóvenes de Sectores Medios.

Christian Paulo Matus Madrid.

Cita:

Christian Paulo Matus Madrid. (1998). *Del Bar a la Disco: Estereotipos, Discriminaciones, Identidades y Representaciones en el Consumo Cultural de Jóvenes de Sectores Medios*. III Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Temuco.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/iii.congreso.chileno.de.antropologia/43>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/evbr/fmz>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Del Bar a la Disco: Estereotipos, Discriminaciones, Identidades y Representaciones en el Consumo Cultural de Jóvenes de Sectores Medios

Christian Paulo Matus Madrid*

"...primero que todo fue por la amistad, o sea mi círculo de amigos estaba yendo bien seguido a la Blondie y no encontraba un espacio más o menos piola como para ir a bailar, a estar con gente de tu circuito y toda la cuestión (...) fuimos pa' allá y llegamos a un ambiente muy negro, prácticamente se juntaban todos los pelaos de Santiago y de repente tu cachabai a casi todo el mundo, a los pelaos de Plaza Italia (...) voy a estar con mi grupo de amigos y escuchar la música con mi grupo, en un lado donde la podís bailar y estar relajado, porque esa misma música que tocan en la Blondie yo la tengo en mi casa, llevo y pongo un cassette y me lo vacilo "

(Marcos 22 años, "tecno-industrial", La Cisterna)

"La primera vez que fui, fue a una fiesta tecno-trance industrial y no me gustó nada el ambiente, había poca gente porque igual llegué desubicado, llegué tipo doce no sabía cual era la onda, llegué tipo doce con unos amigos y nos encontramos con esa música industrial que era apesosa para nosotros...buscábamos una música bien que no era la que se tocaba en las radios, tampoco era alternativa pero era una música más digerible y nos fuimos...y de ahí pasé como seis meses y nunca más fui (...) hasta que un día estábamos en un bar y fuimos a cachar y fuimos a las postmodernas y era una cuestión totalmente distinta, ya había música más inglesa cantada, porque la otra no era cantada, era música cantada y era más entretenida(...).por lo general voy con dos amigos,

uno que estudia derecho y otro que estudia diseño gráfico en el Arcos...uno por lo general va a buscar mina, o sea no va a buscar minas sino que va a cachar minas, pero la onda alternativa es ir a bailar solo, si de repente estai con tu copete y te colocai a bailar solo, que no se da en otras discoteque , en una discoteque cuica o menos alternativa, no se da, no se da para bailar solo, o sea sólo las minas pueden bailar solas..."

(Matías, 20 años, estudiante de Psicología,, La Reina)

"...yo he ido a todas, a la que me toque, pero la primera fue como tecno cachai, entonces me encantó como toda esa onda de estos locos, esos locos bailando arriba y yo te juro que fui super feliz en esa fiestas, fue como el descubrimiento de mi vida, entonces después con este pololo que yo tenía íbamos siempre y de repente nos tocó una Old Wave y también la música como super agradable porque a mi me encantaba el Morrissey e incluso sabís lo que me pasaba, que a mi me molestaba ir con el huevón...me molestaba ir con mi pololo porque a mi me gustaba bailar, me gustaba bailar mucho y me molestaba eso de cómo tener que estar conectada con el otro pa' poder bailar (...) yo iba con él porque en el fondo me iba a dejar y me iba a buscar y para mi era super, igual yo lo quería me caía bien y todo, me entendís, pero como que a mi me molestaba estar con él adentro, para mi era tan individual la huevá, como una cosa tan sola que no necesitaba un loco, cachai y de hecho

*Antropólogo Social, Investigador Programa Interdisciplinario de Estudios de Género (PIEG) Universidad de Chile.

después yo bailaba sola y el loco iba a puro chupar al bar..."

(Ana, 21 años, estudiante de Arte, Ñuñoa)

Introducción

A partir de la presente exposición pretendo compartir con ustedes algunas de las ideas, y conclusiones que se desprenden de los resultados de la Tesis de Título de Antropólogo "Alternativo/Masivo: una Mirada de Generación y Género al Consumo Cultural de Jóvenes de Sectores Medios", estudio realizado en mi calidad de becario del Programa Interdisciplinario de Estudios de Género (PIEG) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile.

Nuestra investigación tuvo como eje el estudio de las formas de constitución y articulación de identidades de jóvenes de sectores medios en el campo del consumo cultural⁽¹⁾ entendiendo este como un espacio móvil, de intersección y tránsito habitado por diversos grupos de consumidores que establecen diferentes posiciones al interior de él, a partir de la disputa por el dominio de propiedades que tienen relación con el ordenamiento de lo que es más o menos legítimo (Bourdieu, 1990).

Para estudiar el consumo cultural de estos jóvenes construimos una estrategia que consideró el cruce de las perspectivas de generación y género. El concepto de generación nos permitió dar cuenta de la identidad de un grupo de edad socializado en un mismo período histórico. Es así como logramos definir la existencia de jóvenes que compartían la vivencia de ciertas marcas históricas que tenían relación con el cambio en los espacios de integración de nuestra sociedad producto del proceso de modernización autoritaria implementado por la Dictadura. Estas marcas plasmaban una identidad, un sentido, una forma de hacer que los diferenciaba e identificaba como grupo (Salinas et al., 1990). Para nosotros lo que marcaba la existencia de los jóvenes de Postdictadura era la vivencia de un contexto radicalmente opuesto al vivido por las generaciones anteriores. No se trataba de una generación que centrara su identidad en la construcción de proyectos colectivos sino en la vivencia de un presente marcado por la preeminencia de la globalización y el consumo, cambio sociocultural que abarcaba a toda nuestra sociedad pero que se hacía más

patente en el comportamiento de los y las jóvenes

La perspectiva de género nos permitió hurgar en como al interior de este contexto generacional marcado por el consumo, hombres y mujeres jóvenes construían sus identidades de género posicionándose, identificándose y diferenciándose en relación con las construcciones culturalmente asignadas al ser hombres y mujeres. El mayor acceso al consumo de las capas medias, se veía acompañado de un cambio del comportamiento de los y las jóvenes en relación a los espacios propiamente juveniles. Al mayor acceso a educación y trabajo, la liberación del rol meramente reproductivo, se sumaba una mayor individuación de la mujer en relación a la forma de ocupar su tiempo libre.

No obstante lo anterior, nuestro trabajo de campo nos permitió dar cuenta también de la fuerte presencia en el consumo de los y las jóvenes de distinciones simbólicas asociadas a diferencias de clase. Los grupos de consumidores "alternativos" elaboraban representaciones específicas de sí mismos y de los otros grupos de consumo en donde aparecían fuertemente presentes representaciones sociales y estereotipos asociados al comportamiento de los sectores populares, los sectores medios y los sectores altos.

Es así como en la presente exposición trabajaremos la presencia de diferencias de clase y género en el consumo cultural que hacen jóvenes de sectores medios de bares y discotecas "alternativas" de Santiago.

1. El Escenario y los Actores: la Discoteque Blondie y los grupos "alternativos"

Para estudiar el consumo cultural nos acercamos y compartimos con grupos de jóvenes cuyos consumos y prácticas los hacía diferenciarse y autodefinirse como "alternativos" al consumo juvenil masivo. No entraremos a discutir aquí los múltiples sentidos que los y las entrevistadas daban a la noción "alternativo" sino que adoptaremos como convención que lo "alternativo" es en la práctica una forma de vivir y establecer diferencias en torno al consumo y apropiación de un conjunto de bienes y prácticas que devienen en signos de identidad.

⁽¹⁾Detrás de esta propuesta de estudiar la relación de las identidades juveniles con el consumo cultural hay una opción teórica de fondo de observar desde otra perspectiva los fenómenos juveniles urbanos que los estudios de juventud han agrupado dentro de la categoría "tribus urbanas" (Maffesoli, 1990; Pere-Oriol et al., 1996). Nos parece que ese concepto obscurece las vinculaciones de la sociabilidad juvenil con otros niveles de identidad que operan en cada uno de estos grupos (como son clase, generación y género) y que complejizan su análisis como colectivos constituidos en torno a una identidad substantiva.

Es así como nos interesó estudiar la relación de estos grupos con ciertos bienes como música y ropa y determinados espacios de consumo urbano como son bares y discoteques de Santiago. Queríamos saber dónde se juntaban, qué bienes y lugares recorrían y “consumían” en forma real y simbólica.

Previo observación e intuición personal identificamos a la Discoteque Blondie como uno de los espacios más frecuentemente asociados a la “onda” o “estilo alternativo”. Nos pareció que en esta discoteque encontrábamos un lugar privilegiado para estudiar los procesos de diferenciación en el consumo cultural juvenil, ya que su convocatoria de público se caracterizaba por ser marcadamente heterogénea y horizontal. Es decir, la Blondie no era propiedad de un grupo consumidor determinado sino un “espacio simbólico” abierto, habitado por diferentes grupos y sujetos que disputaban entre sí la particularidad de ser “alternativos” a otros grupos de consumo⁽²⁾.

Al interior del espacio simbólico de la Blondie y de la “onda alternativa” encontramos un universo de participantes constituido por hombres y mujeres jóvenes provenientes de diversas comunas y sectores sociales. En el consumo de un mismo gusto coexistían, jóvenes que formaban parte de grupos de referencia, estudiantes de carreras relacionadas con el ámbito artístico y cultural y un grupo heterogéneo de jóvenes de que enfatizaba la importancia que tiene la fiesta y el “carrete” dentro de sus vidas.

El primer grupo de consumo, los “pelaos” y “negroides” congrega a jóvenes que se identifican con tendencias como la new wave, el tecno industrial y el punk, y que provienen de comunas populares como La Cisterna, Recoleta, Maipú, Independencia, Quinta Normal, etc. La identidad de ellos como grupo, tiene relación con el sentido de pertenencia a una comunidad de jóvenes, con un compartir ciertos territorios. Son “cabros” que provienen de una misma comuna, de un mismo sector, de un mismo barrio:

Los “estudiantes” constituyen un grupo de consumo diverso que distingue en su interior por lo menos, dos subgrupos. Por un lado nos encontramos con los que estudian un determinado tipo de carreras que son significadas como no convencionales, “alternativas”. Nos referimos con esto a estudiantes de Arte, Teatro, Diseño, Publicidad, Arquitectura tanto de universidades

tradicionales (Universidad de Chile y Universidad Católica, en menor medida) como privadas (Arcis, Arcos, Uniacc), o diferentes institutos o academias. Por otro lado, y en oposición a los “estudiantes alternativos”, encontramos un grupo de público flotante constituido por los que estudian carreras que, en oposición a las artísticas, son vistas como carreras “típicas” como son por ejemplo Derecho, Psicología, Medicina, Periodismo, etc.

Los “carreteros” son un grupo de jóvenes que dedica la mayor parte de su tiempo a disfrutar de los bienes y espacios que constituyen el campo simbólico de la “onda alternativa”. Generalmente viven con sus padres, no estudian pero cuentan con una buena situación familiar que a lo menos les permite financiar sus “carretes” y no tener que trabajar y autonomizarse. No necesariamente pertenecen a sectores acomodados, sino que lo determinante en su situación es su dependencia de sus padres:

Cabe señalar que dentro de esta lógica gregaria de grupos de consumo, las mujeres se definen con mayor autonomía que los hombres. A pesar de que a simple vista su estética las asocia a un grupo definido, ellas no se sienten parte de ningún grupo de referencia desestimando las clasificaciones:

“...no se es que a mi no me gustan los grupos, no me gusta definirme con nada, entonces cuando veo que las personas se definen, como que no... para mi es un espacio de fin de semana en que voy a bailar en que me siento bien (...) me siento como que igual estoy relajada, estaai como libre de que no te miren...igual es como rico eso que no te miren tanto...”

(Gabriela, 21 años, estudiante Tecnología Médica, La Reina)

“...no sé me considero una persona super normal ni alternativa ni grounge, ninguna cuestión extraña, soy super normal, no encasillable en ningún grupo porque me carga esa huevía.”

(Marcela, 19 años, estudiante de Arquitectura U. de Chile, Santiago-Centro)

Este será un punto a retomar cuando planteemos los sentidos que le dan las mujeres al ir a la discoteque y la actitud que tienen hacia los demás grupos de consumo. Finalmente otro grupo significativo que encontramos en la “onda alternativa” son los jóvenes que comparten una preferencia sexual distinta a la heterosexual. El arco de

⁽²⁾El estilo puede definirse como la manifestación simbólica de una cultura juvenil, expresada en un conjunto más o menos coherente de elementos materiales e inmateriales que los jóvenes consideran representativos de su identidad de grupo (Feixá, 1997).

identidades iba desde la bisexualidad a homosexualidad masculina y femenina. Si bien en términos de la muestra no se incorporó esta variable al estudio, en la práctica apareció como una distinción importante ya que si bien nadie se reconocía como bisexual u homosexual, el tema de la preferencia atravesaba la construcción de grupos. Así lo muestran algunos testimonios:

"igual se distinguen los gay de los que no son gay...el gay tiene una vestimenta super llamativa, se visten super bien, se comportan...son más delicados, los bisexuales también andan por ahí y los tipos hetero se notan porque tienen otra forma de pararse, se visten más no sé, como todos...sí se nota porque el bisexual no es tan delicado como puede ser el gay, igual hay tipos homosexuales que su postura es sumamente masculina, tu no te dai cuenta hasta que de repente pestañean raro, o hacen un gesto así que ya...pero igual siempre uno los termina distinguiendo..."

(Baco, 19, "punk", Recoleta)

Una vez presentados los actores más relevantes de nuestra investigación pasaremos a trabajar algunas distinciones de clase y género que aparecen asociadas al consumo cultural de bares y discoteques.

2. Transitando

del Bar a la Disco

Al trabajar las construcciones de sentido respecto al consumo que hacen los y las jóvenes "alternativos(as)" encontramos que las connotaciones sociales asociadas a la música y estética se reiteraban al momento de hablar de los espacios y territorios simbólicos que ellos transitaban. Haciendo una síntesis muy apretada a través de nuestra investigación logramos percibir la existencia de ciertas formas de consumo diferenciales en que los jóvenes de sectores medios-bajos (los "pelaos") establecían una relación de fuerte identificación con música y estética que para conseguirla implicaba la experiencia de un recorrido por espacios de consumo marginales en oposición al consumo más desterritorializado de los otros grupos.

En el caso del consumo del bar y la discoteca encontramos que a pesar de ser estos espacios universales y masivos, se daba una apropiación distintiva de estos como "territorios simbólicos". Recordemos que la posesión y uso del espacio urbano como territorio por parte de lo que se ha dado por denominar "tribus urbanas" se sitúa tanto a nivel físico como simbólico. Cuando un joven habla de "su" bar o "su" discoteca su identificación con el espacio estará operando tanto a nivel afectivo

como posesivo siendo esta una expresión de autoafirmación (Costa, Pérez Tornero & Tropea, 1996). En efecto en ambos casos, la relación de los y las jóvenes con el espacio va más allá de una construcción de identidad homogénea y masiva como es la de un público sino que tiene que ver con otros niveles de identidad asociándose la apropiación simbólica del territorio con la pertenencia a estratos sociales y géneros. No obstante antes de discernir los diferentes niveles de apropiación que tienen los diferentes grupos en relación al bar y la discoteca nos parece necesario hacer una caracterización de ambos "territorios simbólicos".

El Bar como

espacio de reconocimiento

"...En el bar están los últimos pantanos de la selva, los últimos lugares donde existe el riesgo...que queda de la libertad, del peligro a que pierdas tu novia, a que te enojas con tu amigo, a que aparezcan personas desconocidas, yo creo que el bar es...no digo la selva, pero por lo menos el bosque que le queda a la ciudad" (DOS MINUTOS, Volvió la Alegría Vieja!!!)

Como señaláramos anteriormente, otro locus de constitución de la "onda alternativa" tiene relación con el "transitar" y "habitar" ciertos espacios urbanos. Dentro del "carrete alternativo" el bar aparece como un espacio de reconocimiento donde se detiene por un instante el recorrido por la música e imágenes para conversar con los pares, con los amigos:

" en los bares se busca codearse con la gente como uno, o sea con los pares, los iguales no más...o sea que va a hacer un new wave o un punkie en el Burger Inn ahí te discriminan, aquí no te discriminan y vas para allá..." (Alejandro, 25 años, "new wave", Quinta Normal)

En el rumor de voces se habla de todo, de música, de amores perdidos y de encuentros ocasionales, de recuerdos y de proyectos, de fiestas pasadas y futuros "carretes", no importa tanto lo hablado sino el rito de juntarse a hablar, un alto en el camino antes de empezar a bailar. Por otro lado, el bar también se convierte en un signo de distinción social para los jóvenes "alternativos". El bar aparece como un lugar donde se consumen determinadas marcas y donde se establecen nuevas jerarquías en torno al consumo. No sólo se trata de la marca de la cerveza o del nombre del trago, el bar en sí pasa a ser una marca, un signo que asociado a otros signos permite sentirse perteneciente a una "onda". El gusto por un bar se constituye en relación a una imagen de pertenencia de territorio, como plantea Bourdieu "mi

gusto se constituye en oposición a otros gustos que no son los míos ni los de mi grupo”.

Así como ocurre con la vestimenta dentro de los bares existen bares exclusivos (los “más alternativos”) y bares masivos, unos buscan integrar a un lugar con “onda” y otros mantener la exclusividad del consumo. Es así como los “bares de moda” y los “pubs” aparecen como lugares de encuentro donde los sectores medios y medios altos van a “carretear”, se trata de los espacios donde van los “cuicos”:

“imagínate tu vai a una parte que es karaoke, que es pub y que es discoteque, que está llena de gente, que está llena de publicidad, que está llena de luces, que estáa llena de neón, que gente pasa por fuera, pasan por dentro, pasan los autos, pasan las bocinas, es una locura”

(Marcela)

El “pub” es simbólicamente el bar del “cuico”, opuesto a los bares que ocupa el “alternativo”, a los “bares picantes”, a la “picá”, donde lo “popular”, lo cotidiano de la ciudad antigua es “redescubierto” como novedad, entonces la fritura, el pebre, el caldo, la marraqueta, la caña, el borgoña y el pipeño, el cacho, el dominó y la chicha pasan a representar la diferencia. A diferencia del wurlitzer y el karaoke del “pub” que reflejan lo caro, lo “cuico”, lo “artificial”, se busca rescatar lo “espontáneo”, lo “no contaminado” por el neón y la modernización, lo “natural”:

“...queda en un segundo piso y es una parte que en el día dan como colaciones, como que van todos los viejos ahí a comer y de repente en l noche, después de las once, empieza como a llegar la gente cachai y ahí te venden un borgoña espectacular, super barato, unas empanaditas fritas y unos churrascos en marraqueta y se parece como ene a los bares de Valparaíso y como que no se ha contaminado”

(Ana, 21 años, estudiante Arte U. de Chile, Ñuñoa)

“...yo me junto en bares, donde está toda la gente, los amigos, me junto en bares picantes no más, bares picantes, baratos, si es posible en la calle, lo más barato nada de caro, ni donde va la gente cuica, lo más barato”

(Felipe, 26 años, “carretero”, Ñuñoa)

El bar es también espejo de las transformaciones de la ciudad como espacio es tragado por la velocidad de los movimientos urbanos. La apropiación de los “bares” antiguos por parte de los y las “alternativas” redescubre territorios urbanos olvidados o marginales, dotando de nuevos significados a zonas de la ciudad (Feixá, 1998) Muchos de los bares populares apropiados por los jóvenes son revitalizados por la presencia de este nuevo público que a su vez se siente atraído por la convergencia

en un mismo espacio de diferentes grupos, clases y generaciones:

“El Huaso Carlos e especial ahí todavía es más diverso porque están todavía los curaditos del barrio, esta todo mezclado (...) ahora el 777 ya lo expropiaron de los curados del centro pero me acuerdo una de las primeras veces que fui al 7...llegaron unos viejos con bolsos de Adidas azules del trabajo y estaban preguntando si esa huevá la habían arrendado para una universidad o para algún instituto porque estaba lleno de pelacables” (Matías, 20 años, estudiante Psicología U. de Chile, La Reina)

En el bar también se reflejan los procesos de cambio que han ocurrido en relación a los géneros. La creciente modificación de las pautas y roles que asociaban la mujer al espacio de lo privado interpenetran las prácticas de las jóvenes. La generación joven ya no tiene la visión del bar como un espacio marcadamente masculino (Rebolledo, 1997), en particular las mujeres jóvenes adquieren mayor autonomía e independencia respecto al manejo y uso de su “tiempo libre”. Cuando sale, sola o en grupos se junta en el bar:

Con la llegada de la mujer se abre la significación del bar a la construcción de nuevos referentes de identidad compartidos por ambos sexos, la mujer se integra y cambia la dinámica de las relaciones que se viven en el bar. Si antes el bar y la fuente de soda fueron la primera estación de un recorrido nocturno de diversión masculina que terminaba en el prostíbulo (Rebolledo, op.cit.), hoy forma parte de un recorrido donde la mujer es protagonista. El bar es estación de paso que marca el antes y el después de un recorrido nocturno que tiene como centro la “discoteque alternativa”:

“generalmente llego de mi casa al otro día en la mañana temprano, me quedo hasta el final y de ahí pasamos a un bar o a algo, porque las micros por lo menos a mi casa no pasan (...) siempre salgo de mi casa tipo once y media, doce, de ahí llego a la Plaza Ñuñoa o depende si nos juntamos en un bar, en llegar al bar será ya doce y media, siempre llego a la Blondie como a la una y media o si tengo entradas o rebajas que corran hasta cierta hora, trato de llegar a la hora, hasta las doce son y ahí estamos adentro una que otra arrancada pa’ tomarnos algo afuera que es más barato y ahí nos quedamos hasta que cierran que son como a las seis y media, siete que cierran y ahí pasamos a un barsucho en la Alameda que están abiertos todo el día y de ahí pa’ la casa cuando ya no podís más, así esa es como la rutina...”

(Constanza, 18 años, “carretera”, Las Condes)

También en el bar se busca conservar la exclusividad de

un gusto individual o colectivo, siendo un lugar de consumo público, se lo desea privado, "privatizado" para mí, para mi onda, para mí, para mi grupo⁽³⁾:

"de mi onda, El Crucero, República de Ñuñoa, el Café Negro...en el otro que está metido ahí entremedio de las calles, un bar ahí en la esquina de Chile-España, ahí también se junta gente de la onda"

(Diego, 21 años, estudiante de Arte U. de Chile, Ñuñoa)

"...pero me carga el 7 y el Galindo, me cargan porque son lugares como muy sobrevalorados, no se pus pa' la gente el 7 es como un lugar de culto y no es ni tanto (...) el 7 y el Galindo no tienen nada especial porque aparte te tratan como las huevas, es repenca, en cambio acá es distinto (El Cuervo), o sea yo lo veo desde donde te sentís mejor, porque acá nadie te molesta, en cambio en el Galindo y e 7 te están hueviando todo el rato...y que a qué hora vai a pagar..."

(Paula, 20 años, estudiante Teatro Academia Particular, Santiago-Centro)

"Antes íbamos al 777 pero es que ya está muy apestosa esa huevá, parece El Quisco, ya onda te están macheteando cien pesos pa' la entrada, ahora optamos por ir a un local que queda al fondo de la Blondie..."

(Matías)

El recorrido por bares nos remite a un vínculo con territorios mayores es así como simbólicamente el recorrido nocturno de los "alternativos" se encuentra marcado según sea la extracción de clase y la "onda" del grupo consumidor por el paso por ciertas zonas de la ciudad. Una zona de encuentro o circuito se encuentra marcado por Plaza Italia como espacio de reunión de los "pelaos" y "negroides", que contaban a la fecha de la investigación con un circuito de bares que eran El Galindo (Bellavista), y bajando por la Alameda, El Cuervo, el 777 y más abajo la Chimenea a la altura de Moneda con Amunategui.

Otro circuito más asociado al mundo estudiantil y fundamentalmente de los "carreteros" es el asociado a Plaza Ñuñoa, que vinculaba la Discoteque La Batuta y los bares aledaños de Las Lanzas y El Dante y una seguidilla de bares bajando por Irrrazaval como Alegrías de España, El Café Negro, El Crucero, etc. Un tercer circuito, es el aledaño a la Blondie, que vinculaba al bar el Huaso Carlos, ubicado en Esperanza con la Discoteque.

Simbólicamente la mayoría de los entrevistados plantean

una oposición entre los grupos que se juntan en Plaza Ñuñoa y van a la Batuta y los que sólo acceden a la Blondie, entre ambos espacios o circuitos habría una disputa por el predominio del valor-significante "alternativo", así nos lo plantea Ana:

"...en la Batuta yo siento que es más como la movida cuica (...) yo creo que los locos que son realmente alternativos van a la Blondie, son por una necesidad cachai, porque tienen que distinguirse del resto., porque son más feos, porque son más pobres, porque todas esas cosas y porque su salida de escape fue esa y por eso se la creen super bien y están super convencidos de eso, pero yo siento que en la Batuta como es más caro, como que tenís que tener más recursos para ir, es menos peligroso incluso, porque no es lo mismo ir a la Blondie que queda en la Estación Central, que ir a Plaza Ñuñoa no es lo mismo, como que va mucha gente que no se cree la movida, que ya fue taquillera, que ya fue todas esas huevás y ahora está como en esta onda (...) es como menos arriesgado."

(Ana, 21 años, estudiante Arte U. de Chile, Ñuñoa)

No obstante estar delimitados ciertas adscripciones de grupo a cada circuito muchas veces los diferentes grupos de consumidores se topan en un mismo espacio, produciéndose al igual que en el caso de los bares un sentimiento de usurpación y disputa sobre el espacio. Encontramos que esta disputa tiene a lo menos dos formas de expresarse, una disputa intergrupala, entre diferentes grupos de consumo que tiende a reproducir las diferencias entre las clases más bajas y más altas y una disputa intragrupal, que tiende a establecer diferencias y discriminaciones en torno a las identidades sexuales de los y las jóvenes "alternativos".

En el primer caso encontramos una clara contraposición entre clases sociales entre los sectores medios bajos y los altos:

"en todo caso la volá no ha sido nunca de huevones muy charchas siempre ha sido de una clase media de ahí para arriba, nunca se han visto huevones muy charchas en la movida (...) yo tengo una condición económica que no es muy buena de partida, no vivo mal pero no vengo de una condición económica buena pero tengo amigos que viven bien son piola o sea buena onda pero ahora vienen burgueses que se creen el cuento, o sea les gusta ostentar de la plata, se está llenando de ese tipo de burgueses, con bototos de cuarenta lucas, chaquetas

⁽⁴⁾Es así como muchos bares populares o "alternativos" se cierran para que sólo consuman los clientes habituales y colar al "público" ajeno a la "onda"; otros empiezan a cobrar un plus para ser admitido, por ejemplo El Crucero.

espaciales...”

(Marcos, 21 años, “tecono-industrial”, La Cisterna)

El discurso de los jóvenes “alternativos”, introduce una complejidad en su percepción de las diferencias de clase asociadas al consumo, por un lado distingue entre la pertenencia a una clase o estrato socioeconómico y la manifestación de una actitud o un comportamiento de clase. Es precisamente ese segundo atributo el que es sancionado simbólicamente a través de la creación de un estereotipo, lo “cuico” se convierte en una etiqueta o estereotipo de clase con que se define al “otro”, al que no pertenece al estilo no por su pertenencia de clase sino por su actitud. Para Constanza, de Las Condes, “ser alternativa” es ser “natural”, a diferencia de sus pares de generación, que son “minas cuicas”, que no son naturales sino “producidas”. Esta oposición entre lo natural y lo fingido, lo falso, lo producido se reitera y se asocia a la masificación del estilo:

“...lo que pasa ahora es que, el concepto de alternativo ya es masivo, muy, muy masivo...todo el mundo quiere ser alternativo, hay grupos que se transforman y se disfrazan de alternativos, no sé si hai cachado a esas minitas con las estrellitas...la misma Nicole sacó su pinta de allá de la Blondie, te lo digo porque la ví muchas veces, h... de mierda...”

(José, 21 años, estudiante teatro, Renca)

Por otro lado en el campo de los bares y la disco, existe una disputa intragrupal por el espacio, entre los new wave (estereotipados como “negroides”) y los punk (estereotipados como “pelaos”) esta disputa esta marcada por el desprecio que tiene el punk de la sensibilidad del new wave, que lo hace discriminario por su preferencia sexual:

“fue como en Mayo, Junio hasta que terminó el año, empezamos a ir nosotros (un grupo de punks) huevón y empezaron a ir los negroides, todos los negroides, los maricones...la huevá que me apestaba del Galindo eran los maricones, onda al final en la huevá se quedaron los maricones, claro que ahora vai un fin de semana y no hay nadie, y antes mucho antes que fuéramos nosotros iban puros hippies”

(Baco, 19, Punk de Recoleta)

Esta disputa por el espacio adquiere ribetes de discriminación en el caso de la Blondie. La posibilidad de constituir un espacio “apropiable” por parte de homosexuales y lesbianas se ve amenazada por el proceso de masificación de la discoteque. Lo que antes era un espacio abierto y espontáneo que permitía la expresión de homosexuales y lesbianas es normativizado por la llegada de un público masivo ajeno a sus códigos,

los más “antiguos” se ven desplazados y arrinconados al interior de la discoteque:

“basta que alguien se asuste porque dos hombres se estén besando, porque una mina esté haciendo un striptease sola arriba de un cubo...en cualquier parte los van a agarrar y los van a echar...entonces la gente ya no se atreve a salir, a disfrutar la noche, a expresarse como quiere sin llegar a pasar a llevar a nadie...”

(Alejandro)

Por otro lado, este disciplinamiento marcado por la llegada del público nuevo es potenciado por la persistencia de fuertes prejuicios por parte de miembros de los diferentes grupos hacia la comunidad homosexual. Esta actitud contrasta con las de las mujeres entrevistadas quienes se relacionan cotidianamente con los grupos homosexuales teniendo una valoración positiva de estos.

3.2 La Discoteque

como espacio de representación de identidades

Si el bar es un espacio de reconocimiento para los diferentes grupos y sujetos que lo ocupan, en contraposición la discoteque aparece como un espacio contractual, donde las relaciones se tejen y construyen a través de las formas.

Es así como los códigos que predominan no son los discursivos -como la conversación en el caso del bar- sino los de la representación a través del manejo de la imagen.

El cambio en las formas tradicionales de constituir identidad se trasluce en el espacio de la discoteque y repercute en la forma de constituir lazos y relaciones con el/la “otro”/a. La centralidad del código de la imagen atraviesa el ámbito de las identidades de género: es así como encontramos que las “actuaciones” y “representaciones” de los géneros adquieren relevancia en dicho espacio.

Estos procesos de cambio y continuidad en las pautas de comportamiento femenino y masculino se desvelan y revelan en el espacio de la “Blondie”. En la “disco”, las identidades de género se juegan en un ambiguo proceso de identificación/desidentificación con las construcciones de masculino y femenino tradicionales. La fiesta aparece como un espacio de representaciones en donde prima la comunicación a través de la imagen. Esta virtualidad de poder presentarse ante el “otro” de diferentes formas genera el espacio para que los y las “alternativas” jueguen

con los estereotipos de lo femenino y lo masculino, "prueben" y ensayen nuevas vinculaciones con su identidad sexual. A través de una estética "andrógina", que recubre identidades heterosexuales, bisexuales o homosexuales, ellos (as) transitan por los bordes y límites de los géneros. Así como la estética y la música se mezclan e "hibridizan", las identidades sexuales se recorren en búsqueda de fijarse, de encontrar un núcleo o centro:

"...en el fondo como que vai pasando etapas, vai pasando vestimentas, de repente en tu etapa mas gay te vestiai medio travesti, en tu etapa no tan gay te sacaste la peluca y en tu etapa de hombre te pusiste un sombrero, y de repente te dan ganas de salir como travesti, de repente te dan ganas de salir como no tan travesti, no tan gay, o de repente te dan ganas de salir como no tan hombre..."
(Marcos)

Por otro lado, nuestra observación participante nos mostró imágenes de mujeres que llegaban a la disco solas o en grupos de mujeres, y que adquirían presencia en los bares anteriormente espacios masculinos. Ya sea bailando o vistiendo una estética particular las mujeres aparecían jugando con los estereotipos culturalmente asociados a lo femenino y masculino: o son minas "producidas" o presentan un look masculinizado que las hace indiferenciarse de los hombres. En el primer caso de la "producción" de una estética especial para la fiesta, se hace un juego con lo imaginario, con la máscara y el disfraz, se ejercita una "performance" una intervención en el espacio de la vida cotidiana que crea la ilusión de una nueva identidad que no es vivible en el afuera de la familia, la universidad, la clase o grupo al cual se pertenece...sólo en la discoteque, en lo oscuro y subterráneo se puede ser otra:

"...yo una vez vi una mina que estaba dentro de la Blondie con una faldita cortísima y unos tacones altos y un pelo...se veía espectacular la mina, es que ella era muy bonita y yo me preguntaba...esta mina tiene que andar sola...¡y andaba sola cachai! Entonces yo dije esta mina tiene que andar en auto (...) y de repente la vi salir; porque yo salí con ella y nos juntamos en la micro y la mina andaba con una mochila de este porte y con unos pantalones super sueltos y con una chaleca larga cachai, entonces la loca se disfrazaba pa' entrar huevón ¿lo podís creer huevón?...y hay ene minas así, de que llegan, tu entrai al baño y se están pintando, se están arreglando los ojos, cambian su look pa' entrar y así lo viven"
(Ana)

No obstante lo anterior, una de las constataciones de nuestro estudio es que se produce una disociación entre

esta apertura a jugar con la ambigüedad y con el imaginario de las representaciones de los géneros y la forma cotidiana de relaciones de género que se da entre los(as) jóvenes en la discoteque.

Los testimonios y observaciones nos presentan un contraste entre representaciones de género constituidas en torno a la imagen y que juegan con la indistinción o desaparición de los límites entre los géneros y la práctica de relaciones de género que exageran los estereotipos masculinos y femeninos predominantes. El discurso de los hombres sobre la mujer se encuentra fuertemente cargado de connotaciones de clase y sexismo, que contrastan con estas representaciones e imágenes, que plantean la eliminación de las diferencias a través de una estética en donde predomina lo negro y un look caracterizado por rasgos andróginos. Detrás de un manejo corporal y estético ambiguo u andrógino encontramos muchas veces estereotipos de género y clase que aparecen presentes en el discurso de los hombres. Ellos hablan de las mujeres desde un lenguaje cargado de estereotipos. Lo que para las mujeres es un desarrollo de individualidad y autonomía (andar sin pareja, bailar solas, ir a espacios tradicionalmente masculinos), es sancionado por el estereotipo. Se las trata de "minas fáciles", "aperradas", "que les gusta el hueveo", pero que a la vez son "sensibles" y "femeninas":
"...es que uno se agarra a la mina que a uno le gusta, si es bonita me la agarro porque hay minas a las que les gustan los niños bonitos y afeitados y hay otras minas a las que les gustan los minos bien hombres, como yo, barbones que llego con una chaqueta blanca, medio pelado, así peludo, casi a la mayoría le gustan así, bien hombres..."

(Felipe)

En las mujeres el contraste entre el discurso y las prácticas parece ser significativamente menor. Las jóvenes hablan la fiesta, la música, y la estética en relación consigo mismas. Un ejemplo interesante de consignar es el sentido que le dan las mujeres al bailar. Debemos recordar que el baile y el cómo se baila constituyen parte de los códigos para ser admitido como parte de la "onda alternativa". En la Blondie existe una forma de bailar especial que tiene relación con la apropiación que hacen hombres y mujeres tanto de la música que se baila como del espacio mismo de la discoteque. Se trata de una relación personalizada con la música que privilegia el baile en sí antes que la relación con el "otro" en el baile. El "otro"/"otra", acompañante o pareja pasa a segundo plano. Se privilegia el bailar sólo o en grupo al bailar en parejas. Es dentro de este contexto

que para la mayoría de nuestras entrevistadas la discoteque es significada como un espacio nuevo de libertad, donde no existe la obligación de estar bailando para el "otro", el "pololo" o la pareja ocasional:

"...yo pienso que uno baila sola porque quiere bailar sola, porque te sentís bien bailando sola, yo por ejemplo, yo siempre he dicho que si tuviera un auto, si no me fuera a pasar nada, yo iría sola a la Blondie sin ningún problema (...) yo voy y me embalo, puedo llegar a las once de la noche y salir a las cuatro de la mañana y he bailado toda la noche y no he conversado con nadie, no me he tomado ningún trago, onda muy piola, yo voy a bailar y onda a relajarme a escuchar la música que te gusta, a darte las vueltas que querai, que nadie te mire, que nadie te toque..."

(Marcela)

En síntesis, para las mujeres la discoteque es un espacio en donde las relaciones con los hombres y con la pareja no son obligatorias, la música y la estética son una extensión de la personalidad y de los estados de ánimo. La relación que se establece con el tiempo y el espacio se refleja a nivel de las relaciones de género. El predominio del espacio por sobre el tiempo, lo podemos ver reflejado en formas de relación en pareja que se constituyen desde lo permanente a lo transitorio, privilegiando la intensidad de la experiencia al compromiso y a la presencia permanente del "otro" en la vida de "uno". Un proceso parecido parece ocurrir con la sexualidad, que por momento parece emanciparse de la necesidad de toda relación que la explique convirtiéndose en un espacio de búsqueda en sí mismo -sexualidad ocasional-(Canales, 1995):

La presencia de grupos de referencia en los hombres en oposición a la mayor individuación de las mujeres determina una relación distintiva con los espacios. Es así como observamos la ausencia y exclusión de las mujeres de los grupos de referencia o su presencia a partir de relaciones especulares de imitación masculinizada. Creemos que esta relación de exclusión puede tener relación con las lógicas de asociatividad de los sectores populares que se recrean en grupos como los punk, que se constituyen en espacios de masculinidad cerrados a las mujeres:

En contraposición la propuesta de los/las new wave, mucho más femenina no cuenta con una organización territorial desarrollándose en relación con circuitos abiertos de consumo en donde si adquiere centralidad la participación de las mujeres.

No obstante, en ambos grupos, territoriales masculinos y de consumo desterritorializado con fuerte presencia

de mujeres se ponen en juego relaciones de género en donde lo que se valora son atributos tradicionalmente asociados a lo masculino y femenino.

Estos procesos de disputa por el sentido del espacio se ven reflejados en la apropiación que hacen nuestros y nuestras entrevistados del bar y la discoteque.

En el bar se restablece el orden cotidiano de las relaciones, es lugar de encuentro y reafirmación de identidades previas donde se establece una presencia no sujeta a la mediación de la estética y la imagen, el bar es un espacio de reconocimiento, donde las identidades colectivas tienden a reafirmarse y fijarse más que a disolverse. En contraposición al bar, el sentido que se le da a la ocupación de la discoteque aparece en disputa dependiendo el grupo de consumo.

Por un lado para los jóvenes de sectores medios y altos, la Blondie es significada como un lugar de representación, donde las identidades previas de clase, de grupo y género parecen estar fuga, donde se busca disolver el orden cotidiano y "perderse en compañía de otros":

"...si lo ves de lejos es como una masa de negro, pero si tu los ves a cada uno están todos solos, como que todo el mundo baila bien sólo, sin que te hueveen, sin que te molesten, sin estar preocupado del huevón del al lado..."

(Elena, 27 años, estudiante Arte U. de Chile, Pudahuel)

4. Comentarios

Finalmente, nos parece importante retomar lo planteado al comienzo y repensar las oposiciones y citas analizadas desde la perspectiva de ser una cierta metáfora del cambio en el contexto socio-político de nuestra sociedad. Los cambios estructurales, globalización, centralidad del consumo, pérdida de centralidad de lo político se reflejan en la construcción de identidad de los grupos investigados. En esta generación de jóvenes a diferencia de la anterior el estilo "alternativo" se encuentra vinculado a una cierta actitud frente al consumo que se asocia a los diferentes niveles en que se construye la identidad del/la joven como individuo, como son la pertenencia a una clase y a un género, en comparación con el significado que el estilo "alternativo" o el "under" tenía a mediados de los ochenta. En efecto, en ese momento existía un nivel de identidad "sobrecatetizado" (Devereux, 1972) que permitía entender a los y las jóvenes desde un nivel de su identidad obscureciendo la existencia de los demás.

El límite o la frontera del estilo "alternativo" tenía relación con la opción política, la dicotomía no era tanto en términos de grupos de consumo, ser "alternativo" o "cuico" sino en términos de ser "alternativo", "militante" o "facho"

(Matus, 1997). Esto marca un cambio generacional importante que nos da señales de cómo los cambios estructurales van interpenetrando el imaginario de los jóvenes.

Bibliografía

- Agurto, Irene et al.
1985 Juventud Chilena: Razones y Subversiones. Ed. ECO-FOLICO-SEPADE. Santiago, Chile.
- Augé, Marc.
1994 "Entre el lugar y el no lugar", Suplemento Temas, La Epoca, Santiago, Chile, 30 de Octubre.
- Baudrillard, Jean.
1984 De la Seducción. Ed. Catedra. Colección Teorema, Madrid, España.
- 1994 El sistema de los objetos. Ed. Siglo XXI, Ciudad de México, México.
- Beauvoir, Simone de.
1987 El segundo sexo. Ed. Siglo XX, Buenos Aires, Argentina.
- Bell, David & Valentine, Gill.
1995 Mapping Desire. Geographies of sexualities. Routledge, London and New York.
- Bourdieu, Pierre.
1990 Sociología y cultura. Ed. Grijalbo, Ciudad de México, México.
- Brunner, José Joaquín.
1994 Cartografías de la modernidad. Ediciones Dolmen, Santiago, Chile.
- Costa Pere-Oriol; Pérez Tornero, José Manuel & Tropea, Fabio
1996 Tribus Urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia., Ed. Paidós, Barcelona, España.
- Díaz, Paola
1995 Una "caminata" hacia la construcción de género: estudio sobre la identidad.
Tesis para optar al Título de Antropóloga Social, Departamento de Antropología, Universidad de Chile, Santiago, Chile.
- Devereux, George
1972 Etnopsicoanálisis Complementarista, Ed Amorrortu, España.
- Duarte, Claudio.
1994 Juventud Popular. El rollo entre ser lo que queremos o ser lo que nos imponen. Ediciones LOM. Santiago, Chile.
- Escárte, Tito.
1994 Historia del Rock Chileno: Frutos del País. Editado por FONDART e INJ. Santiago, Chile.
- Feixa, Carles
1997 De Jóvenes, Bandas y Tribus. Antropología de la Juventud. Editorial Ariel, Barcelona, España.
- Flichy, Patrice.
1993 Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada, Ediciones Gustavo Gili de C. V, México.
- García Canclini, Néstor.
1990 Culturas Híbridas. Ed. Grijalbo, Ciudad de México, México.
- 1995 Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Ed. Grijalbo, Ciudad de México, México.
- Gianini, Humberto.
1987 La reflexión cotidiana. Hacia una arqueología de la experiencia. Ed. Universitaria, 1987.
- Girard, René
1963 Mentira Romántica, Verdad Novelesca. Universidad Central de Venezuela, Caracas Hall,
- Stuart & Jefferson, Tony
1976 Resistance through rituals. Youth subcultures in postwar Britain. Ed. University of Birmingham, Inglaterra.
- Jameson, Fredric.
1995 El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado. Ediciones Paidós, Barcelona, España.
- Larraín, Jorge.
1996 Modernidad, razón e identidad en América Latina, Editorial Andrés Bello, Santiago, Chile.
- Lévi-Strauss, Claude.
1990 El Pensamiento Salvaje, Fondo de Cultura Económica, México.
- Lipovetsky, Gilles.
1986 La era del vacío. Ed. Anagrama, Barcelona, España.
- Lira, Rodrigo.
1984 Proyecto de Obras Completas. Coedición Minga/Camaleón, Santiago, Chile.
- Matus, Christian.
1997 Alternativo/Masivo: una mirada de Generación y Género al consumo cultural de Jóvenes de Sectores Medios. Tesis de Título de Antropólogo Social. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Sociales, P.I.E.G, Santiago, Chile.
- 1995 "Jóvenes desde los jóvenes". Fundación Konrad Adenaur
1994 "Cultura, Rock y Modernización: una mirada desde una sensibilidad juvenil". (mimeo) Universidad de Chile, Santiago. Montecino, Sonia.
- 1996 "Identidades de género en América Latina: mestizaje, sacrificios y simultaneidades" en Persona y Sociedad, Volumen X, N°1, Santiago, Chile.
- Morandé, Pedro.
1987 Cultura y modernización en América Latina. Ed. Encuentro, España.
- Racionero, Luis.
1987 Filosofías del Underground. Ed. Anagrama, Barcelona, España. Richard, Nicolás.
- 1995 "Identidades, lenguaje y travestismo". Ensayos, monografías, artículos. Cuaderno de terreno N°2, Universidad de Chile, PIEG, Santiago, Chile.
- Rebolledo, Loreto
1997 El Barrio, la Calle, la Casa, El Bar. Género y Espacios de Sociabilidad. Universidad de Chile/Facultad de Ciencias Sociales. PIEG, Santiago, Chile.
- Rodríguez, Martín.
1990 "El Rock y los Jóvenes". Proyecto e informes de práctica, N. 1 al 4 (m.c.). Universidad de Chile, Santiago, Chile.
- Salinas, Alvaro et al.

1990 "Juventud y Generación", en Juventud y Cultura Política, Documento de Trabajo, CIDE, Santiago, Chile.
Sarlo, Beatriz.
1996 Escenas de la vida postmoderna. Ed. Ariel, Buenos Aires, Argentina.
Valenzuela, Eduardo.
1984 La Rebelión de los Jóvenes. Ed. SUR, Santiago, Chile.
Valenzuela, Eduardo & Cousiño, Carlos.
1994 Politización y Monetización en Chile. Manuscrito,

Santiago, Chile.
Vidal, Hernán.
1987 Fundamentos materialistas para una historiografía estética. The Prisma Institute, Literature and Human Rights N.1, University of Minnesota, Estados Unidos.
Weinstein, José.
1989 "Problemas de la juventud, desafíos de la sociedad chilena". Documento de Discusión CIDE, Santiago, Chile. Volver

Estudio del Arte y la Artesanía Prehispánicas en el Norte de Chile

Patricio Nuñez Henríquez*

Con la presente ponencia, se pretende reflexionar sobre algunos aspectos de las comunidades prehispánicas en el Norte de Chile, considerando rasgos culturales fundamentales que permitan dilucidar comportamientos y características básicas del uso del poder (social y sobrenatural), de la religiosidad y de la división sexual del trabajo en aspectos de la producción y valorización del arte y la artesanía como expresión integradora del pensamiento y la acción socializada en las diferentes agrupaciones sociales.

Introducción

Toda comunidad tiene sus organizaciones para funcionar como tal, el poder es una de éstas, que permite dirigir el qué hacer de cada individuo con relación a los otros miembros de la comunidad, así como a la comunidad misma.

Se podría decir, que el poder, se va formando en la medida que los miembros de la comunidad, en forma personal o grupal, entregan parte de su voluntad protagónica y accionar organizativo que permiten coordinaciones para concentrar el poder en una o más personas, quienes con diferentes métodos de convencimiento, persuasión, coerción, consensos, etc., logran mantener una unidad de acción. Es una ordenación para que la comunidad funcione con ciertas normas, según las necesidades que se aceptan.

El poder depende de las relaciones sociales de trabajo. Por lo tanto, es necesario conocer la importancia de los factores en los diferentes tipos de trabajos. En esta ocasión nos interesa reflexionar sobre la relación Poder/Sexo y su expresión en el arte y la artesanía prehispánicas.

En las comunidades andinas agroganaderas, el ayllu era el motor que dinamizaba el poder. Aquí se ejercía identidad étnica, y de él dependían las otras organizaciones sociales, como las familias por un lado, y las alianzas entre ayllus por el otro, hasta llegar al Poder centralizado y designado del Estado en el período Inka. No se podría entender el poder en el norte de Chile, sin relacionar la organización social con el trabajo, la religiosidad, pensamiento dialéctico/poder dual y sus diferentes expresiones en el arte y la artesanía.

Arte/Artesanía

El arte y la artesanía son manifestaciones tangibles que interpretan necesidades materiales y espirituales de cada comunidad. Es el respeto a la tradición histórica, su identidad que infiere en la comunicación, tanto en lo espacial como temporal. Por lo tanto, existe una relación entre el pasado incluyendo el más remoto, con la actualidad.

Siendo creación individual y colectiva sirven para tratar de convivir en forma armónica con el medio natural y

*Instituto de Investigaciones Antropológicas. Universidad de Antofagasta