

V Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, San Felipe, 2004.

"El Condominio como Metáfora del Barrio". La Búsqueda de una Comunidad de Iguales.

Francisca Pérez.

Cita:

Francisca Pérez (2004). *"El Condominio como Metáfora del Barrio". La Búsqueda de una Comunidad de Iguales. V Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, San Felipe.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/v.congreso.chileno.de.antropologia/92>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/evNx/d9W>

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>.

“El Condominio como Metáfora del Barrio”. La Búsqueda de una Comunidad de Iguales

Francisca Pérez*

Resumen

La siguiente ponencia se enmarca en el contexto de una investigación etnográfica realizada en el sector de Pedro Fontova de la comuna de Huechuraba, donde desde mediados de los 90' se están construyendo condominios privados. La idea es reflexionar desde la perspectiva antropológica, sobre las características de la vida barrial desarrollada al interior de estos espacios residenciales. En este sentido, lo que interesa es conocer los procesos de significación del espacio residencial, expresados tanto por los sujetos que lo habitan como por las empresas inmobiliarias a partir de la publicidad. El condominio representa un estilo de vida distintivo caracterizado por una suerte de nostalgia por la vida comunitaria del barrio que apela a alejarse de los elementos negativos de la vida urbana, en donde prima la seguridad, la búsqueda del verde, así como la convivencia entre iguales y se inserta dentro del proceso de segregación urbana al que están sujetas las ciudades latinoamericanas, dando paso a la privatización del espacio urbano a partir de una fuerte presencia del mercado inmobiliario.

Entrada

El proceso de urbanización que caracteriza las ciudades Latinoamericanas en las últimas décadas está inserto dentro de lo que se ha denominado fractura y dualización espacial¹, que apela a la agudización de los fenómenos de segregación al interior de las ciudades. En este contexto se enmarca el surgimiento de condominios cerrados y barrios privados destinados para la clase media y alta ubicados en comunas periféricas habitadas tradicionalmente por los sectores menos favorecidos². Por otra parte, estos emprendimientos inmobiliarios se caracterizan principalmente, por el resguardo de la seguridad y de un estilo de vida distintivo que apela a la búsqueda de una comunidad de iguales en un entorno cercano a la naturaleza. Uno de los elementos claves en este proceso, es el rol que ha jugado el mercado a partir de las empresas inmobiliarias encargadas de su cons-

trucción. En este sentido interesa indagar en lo que ha sucedido en Santiago, en la comuna de Huechuraba donde desde mediados de los 90' se están construyendo condominios con estas características y que representan un buen ejemplo para graficar el proceso de dualización espacial. Específicamente se trabajó con el condominio “Los Naranjos” perteneciente al “Carmen de Huechuraba” construido por la inmobiliaria Manquehue-Fernández-Wood, pionera en la construcción de proyectos habitacionales en esta zona.

Lo que pretende este trabajo es reflexionar como este fenómeno de urbanización es significado y cargado de sentido desde el discurso de los principales actores involucrados. Por un lado está el mercado, representado por las empresas inmobiliarias que se encargan de detectar la demanda con el fin de construir una oferta que responda a las necesidades y búsquedas del sector en el que desean insertarse, utilizando la publicidad (entre otros) como principal medio de difusión y en el cual mejor se plasman los significados otorgados al espacio residencial. Por otro lado tenemos a los residentes del condominio mencionado que elaboran un discurso sobre el lugar en el que habitan a partir de determinadas connotaciones, evocaciones, y referentes simbólicos. Lo interesante es ver como estos dos discursos se superponen, se corresponden y retroalimentan dialécticamente construyendo una imagen específica del espacio residencial a partir de la percepción y el imaginario que se tiene sobre la ciudad.

El proceso metafórico

Una de las múltiples maneras a partir de las cuales nos podemos aproximar a la ciudad es a través de un análisis *sociofigurativo* que corresponde al ámbito de la *antropología de las representaciones sociales* que implica comprender la *imaginaria urbana* desde los sistemas de representación, en donde caben las ficciones como me-

* Antropóloga. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. fperez@academia.cl

táforas de la realidad representada³. Este enfoque hacia lo urbano, permite develar los procesos simbólicos que le son propios. Lo que se propone y que será de vital importancia en el desarrollo de este trabajo, es la idea de que las representaciones sociales no solo están inmersas en el discurso sino que las podemos encontrar además en mensajes e imágenes⁴. Desde esta perspectiva y mirada de lo urbano, es pertinente integrar al análisis etnográfico la publicidad como componente propio del actual proceso de urbanización, inserto en una cultura donde el mercado y la imagen son cada vez más influyentes en la elaboración de significados que dan sentido a la vida urbana.

El concepto de metáfora puede ser útil en la aproximación al plano simbólico en el que están sumergidos los discursos sobre la ciudad en general y sobre el condominio en particular, elaborado por la publicidad y los residentes de este espacio residencial. Entendiendo el *proceso metafórico* como una transformación o desplazamiento del sentido a partir una asimilación que permite que significante y significado coincidan analógicamente.

Por un lado el discurso publicitario se construye precisamente en base a la utilización de imágenes metafóricas en el intento de significar vía representaciones visuales. La *cultura de la imagen* viene a reforzar la actividad metafórica a partir de un *juego de filiaciones* que se da mediante un intercambio de mensajes que se vuelve especular⁵. Desde esta perspectiva, el discurso publicitario desarrollado por las empresas inmobiliarias de los condominios se transforma en un espejo que está reflejando a un sector de la sociedad y con ello sus necesidades, búsquedas y representaciones sobre el espacio residencial. En definitiva en la publicidad se manifiesta el sueño y el lugar deseado para vivir.

En esta misma lógica especular, si entendemos la metáfora en sus facultades prácticas⁶, podemos ver como ese discurso o representación inserto en el campo publicitario armoniza con el de los actores sociales involucrados. Este fenómeno de coincidencia discursiva produce una *afinidad de estilo*, lo que nos permite explicar como las *metáforas prácticas*, a partir de un juego de transferencias de sentido, posibilitan que los sujetos se reconozcan como pertenecientes a un grupo social determinado⁷. El éxito de la publicidad radica en el conocimiento previo de las disposiciones, al cual los estudios de mercado se anticipan detectando las necesidades de los potenciales compradores. La publicidad, elabora *connotaciones* a través de un lenguaje poético que evoca experiencias que los individuos ya han vivido y en

ese sentido recurren a una suerte de nostalgia por el pasado⁸. En este sentido las estrategias publicitarias desplegadas por la empresa inmobiliaria que construyó el condominio “El Carmen de Huechuraba” acude a imaginarios comunes que exacerban las características bucólicas del entorno, lo que coincide con la búsqueda de lo rural que afirman sus residentes. Elabora un mensaje que refuerza la búsqueda de las personas por un lugar que combine la “vida de barrio” con el gusto por la naturaleza.

Por otra parte, el concepto de *habitus* nos puede ayudar a entender este fenómeno no solo en tanto produce las prácticas sociales sino en la capacidad que tiene para diferenciarlas. Diferenciación clave en la constitución de la identidad social basada en la distinción. El *habitus* como generador de *estilos de vida*, comprendidos como sistemas de signos que son socialmente calificados, en su producción y diferenciación de las prácticas sociales, genera *metáforas prácticas* como un lenguaje de transferencias que permite que esta afinidad de estilos sea posible. En la base de estos *estilos de vida* está el *gusto* que trasforma los objetos en signos distintivos. En este sentido el condominio como expresión particular y particularizada del espacio residencial esta cargado de sentido y da cuenta de un *estilo de vida* que le es propio a una clase social. De ahí que no sea gratuito que tanto en la narrativa de los residentes como en las imágenes publicitarias se apele constantemente a estrategias de distinción⁹.

Por un lado hay una distinción base que opera en oposición con la vida urbana. Se apele a una forma de vida que se contraponen con las características propias de la ciudad, la que es vista a partir de elementos negativos como violencia, ruido, contaminación y falta de relaciones solidarias entre los sujetos. En este juego de contrastes, se utilizan constantes alegorías a lo rural, en donde el condominio representa de alguna manera la vuelta al campo a través de un discurso nostálgico de un pasado que se fue, pero que se puede restituir en este espacio residencial. Por otro lado y en relación con este rescate bucólico de lo rural, se apele metafóricamente a la vida comunitaria estableciendo como sinónimo de condominio el retorno a la comunidad. Aquí podemos ver como la metáfora opera analógicamente en tanto lo rural sería igual a lo comunitario. De ahí se desprende que el optar por un régimen residencial cerrado se opte al mismo tiempo por una forma de vida en la que las relaciones sociales conllevan a valores como la solidaridad entre vecinos.

Por otro lado y también en relación a lo rural y comunitario, se apela a un *estilo de vida* entre iguales, es decir, la vuelta a lo rural y a lo comunitario se hace factible en un espacio residencial homogéneo. Independientemente de las diferencias y particularidades entre los residentes de los condominios existiría un sustrato común de carácter estructural que tiene que ver con un origen social y cultural similar que esta dado por la posición en la estructura social de los sujetos¹⁰. De esta manera el espacio residencial, entendido como el reflejo del espacio social en el físico¹¹, puede ser comprendido como contenedor de determinadas relaciones sociales en donde operan elementos estructurales que se expresan simbólicamente a partir de los mecanismos de distinción desplegados por los agentes que en el interactúan.

De esta manera podemos transformar estas analogías en un esquema que nos permita comprender de manera más detallada el desarrollo del proceso metafórico construido por un juego de analogías que hacen que estas metáforas converjan en una *afinidad de estilo* a partir de *figuras de contigüidad*¹² que hacen referencia a las analogías directas que se configuran mediante proximidades de sentido. Para comprender estas analogías es necesario concebirlas a partir de un juego de oposiciones. Como mencionamos, partiendo de la base de que estos espacios se construyen en oposición a la vida urbana, esta también tiene asociada una serie de *figuras de contigüidad* que se le oponen .

En este contexto el condominio sería un dispositivo residencial que surge en el marco de la expansión de las ciudades y es un fenómeno propio de la segregación espacial urbana. Hay una apropiación del condominio como elemento de la urbanidad que es re - semantizado y re-situado a partir de atributos que los sujetos le otorgan. Podríamos decir que hay una resignificación de lo urbano, en el sentido que al condominio se le confieren características propias de lo rural. De esta forma, vemos que el proceso metafórico se complejiza, a partir de lo que se define como *figuras de similaridad*¹³, para hacer referencia a las analogías indirectas que se establecen entre elementos disímiles o a partir *relaciones incongruentes*. (Ver tabla 1)



Tabla 1

Partiendo de este modelo de analogías y oposiciones podemos llevar el análisis a lo que es el condominio propiamente tal y las representaciones que genera desde la publicidad y el discurso de sus residentes.

La alegoría de lo rural y el rechazo de lo urbano

Como ya hemos mencionado uno de los elementos centrales a la hora de conocer las representaciones del espacio residencial de los condominios asentados en la periferia de Santiago y en particular en los de Huechuraba es el rechazo a la ciudad y es rescate de lo rural. Hay una constante apelación al campo tanto en el discurso de residentes y el de la inmobiliaria.



Figura 1

Este desplazamiento metafórico, se instala primeramente como un movimiento espacial, en tanto hay un alejamiento del espacio urbano, sin embargo al mismo tiempo es un



Figura 2

movimiento en el tiempo. Al hablar del campo también se alude al pasado, específicamente al pasado rural chileno. Este desplazamiento espacio-temporal se refleja gráficamente en la publicidad y en el rescate realizado por las empresas inmobiliarias de algunos elementos del fondo que se transforman en iconos de ese pasado. Se re-utilizan las antiguas caballerizas transformadas ahora en club de equitación, se mantiene el silo y la cruz de la capilla se traslada a la iglesia uno de los colegios del sector. Incluso una de las inmobiliarias se apropia astutamente del nombre del fundo y lo utiliza como sello distintivo. Este desplazamiento que opera alegóricamente, responde a lo que Bengoa define como nostalgia de rural y que tiene que ver con el fuerte vínculo con el pasado rural característico de la cultura urbana chilena¹⁴.

“Todo esto era de los Jonhson's, todo estos eran puros naranjos, limones, era maravilloso, los talaron todos luego, si la plata es lo más importante y cuando empezaron a construir todo era exquisito porque era poco...” (Fernanda)

“Yo estoy en Huechuraba y voy a Santiago o sea de partida así hablo. Yo estoy anexa a Santiago, no ya no vivo en Santiago, para mi este es otro cuento, otro mundo, me encanta yo siento que estoy en el campo en un lugar maravilloso, con gente maravillosa, estoy tranquila” (Cristina)

Dentro de esta vuelta hacia el pasado rural uno de los elementos fundamentales es el tipo de vivienda. No es gratuito que las casas de este condominio sean como denominan tanto residentes como la gente de la inmobiliaria “estilo chileno”, aludiendo a la antigua casa patrimonial de *teja rústica de arcilla* vigas a la vista, pilares de madera, elementos que se utilizan de manera evocativa y miniaturizada. Por otro lado esta exaltación de un estilo propio que funciona como demarcador de identidad, se instala en un contexto globalizado, en tanto que se



Figura 3

superpone a un modelo de condominio global que responde al suburbio norteamericano, donde las casas no tienen reja y dan hacia una plaza central. En este sentido hay una

lectura de lo global semantizada con ciertas connotaciones locales, fenómeno que denominado como *Glocalización*¹⁵.

La publicidad en la ciudad actual se construye a partir de lo que el denomina como *Imágenes de marca* para referirse a las estrategias de visibilidad utilizadas con el fin de diferenciar un producto. En este caso las empresas inmobiliarias a partir de la apropiación de lo rural construyen precisamente una *imagen de marca* que hace que los clientes logren distinguirla de otras empresas inmobiliarias y otorgándole un sello distintivo. Estas imágenes de marca por un lado contienen lo social y por otro lo producen, lo que es interesante en tanto que la publicidad refleja a un cierto grupo social y con ello logra producir la demanda.

“...ponte tu Manquehue, está allá arriba en Puente Alto, está haciendo una ciudad con todo digamos el mismo método de aquí, tu vas a La Dehesa, ves “Las Puertas”, está Fernández-Wood está haciendo lo mismo, ves en Chicureo que se está haciendo lo mismo, en todos lados, abarca no solo construir una casa, es hacer un proyecto de vida en torno a una familia, no es que llegé te vaí y tení que buscar colegio (...) Todo a la mano.” (Rodrigo Figueroa, encargado postventa inmobiliaria maquehue)



Figura 4

La evocación de la comunidad purificada

En este rescate de lo rural hay una naturalización de las relaciones sociales a el asociadas y en ese sentido la metáfora opera por afinidad donde el campo sería lo bueno y la ciudad lo negativo. Como mencionábamos el rescate de la comunidad alude a unas relaciones sociales que son solidarias en un contexto de comunidad, entendida esta en la acepción entregada por Tönnies¹⁶, para definir el tipo de relaciones estrechas entre los sujetos más cercanas a las de la vida pueblerina que la urbana y donde el pilar fundamental es la familia.



Figura 5

En este mismo sentido, Sennet habla del *mito de la comunidad purificada*, para referirse a los suburbios posindustriales que caracterizan la sociedad norteamericana. Pese a las distancias con esa sociedad podemos establecer ciertas similitudes con los suburbios que han surgido en nuestro país. Supuestamente el vivir en un suburbio o en una comunidad cerrada alejada de la ciudad provocaría que los vínculos familiares se desarrollen de forma más estrecha, debido a las características que se dan en un espacio alejado de la confusión y caos de la ciudad.

En Huechuraba la seguridad es una prioridad que se valora en función de la crianza de los hijos. El vivir en un sistema de condominios, con altas medidas de protección, posibilita que los niños puedan desenvolverse de manera libre, pero dentro de un espacio que está cerrado por rejas y cuyo acceso está controlado por guardias. Se valora la libertad, pero la única forma de acceder a ella es a través de las rejas.

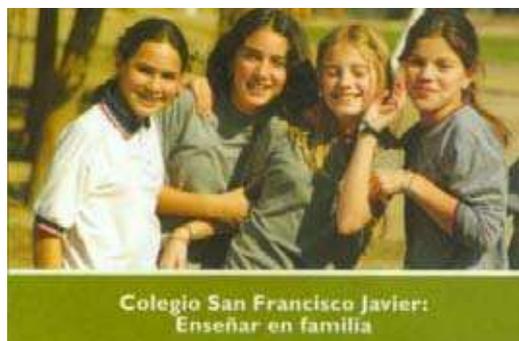


Figura 6

“Súper cómodo, vivir acá es súper cómodo, tienes una reja afuera y te despreocupas de los niños, o sea, no es que te despreocupes pero estás mucho más segura, porque no faltan tonteras que no hacen.” (Cristina, “Los Naranjos”)

La presencia de extraños dentro del condominio es percibida de forma negativa, ya que el espacio es seguro en la medida en que las personas que circulen en su interior sean conocidos. El miedo al “otro” es también una de las razones para vivir bajo estrictas normas de protección. Como diría Sennet¹⁷, el “otro” pone en duda o rompe el *“mito de la comunidad purificada”*, en el sentido de que está se construye principalmente a partir del reconocimiento de un “nosotros”. Frente a la presencia de un extraño, de un “otro” se pierde la coherencia de esta comunidad, en tanto que este no forma parte de ella y provoca un desorden en la rutina diaria de la vida comunitaria. En este sentido las redes sociales entre un grupo que comparte características comunes, se convierte en un mecanismo de protección tan importante como las rejas y muros que circundan el condominio. Podríamos decir que se transforma en una especie de muro de protección social, que debe ser protegido permanentemente. Todo aquello que pueda transmitir una sensación de diferenciación pone en jaque la concepción coherente del “nosotros”.

“Bueno, siempre te vas a encontrar con gente que no te agrada tanto o que no sé poh! que encuentras más rasca por último por decirlo de alguna manera, pero cuando nosotros llegamos a este condominio éramos muchos que nos conocíamos...” (Macarena “Los Naranjos”).

Por otra parte el hecho de que los habitantes de este condominio tengan un poder adquisitivo que les permita pagar por el servicio seguridad, facilita la realización del *mito de comunidad purificada*. Sennet¹⁸ plantea que la abundancia material posibilita una vida comunitaria



Figura 7

coherente en tanto que contar con recursos facilita controlar materialmente sus límites y composición interna. La seguridad que otorga un condominio es una de las principales razones para optar por un modelo residencial con altas medidas de seguridad. La idea es establecer mecanismos de control y vigilancia que funcionen como resguardo del orden social por el cual se ha optado. Esta noción de orden que otorga el condominio se opone a la de desorden que caracteriza la ciudad y la vida urbana en general. La seguridad entendida como reestablecimiento de una vida comunitaria ordenada, opera también como un rechazo al caos que impera en la ciudad y a la vida urbana en general. Desde esta perspectiva, la ciudad es concebida principalmente como un lugar inseguro, en tanto que no se pueden controlar los encuentros fortuitos con lo diferente, con lo potencialmente peligroso. En este sentido los habitantes de “Los Naranjos” establecen una distinción entre lo que es el barrio y el condominio a partir de los mecanismos de seguridad. El barrio se concibe como algo que no está resguardado, como un espacio abierto, característico de la vida urbana. De esta manera se apela a la *vida barrial* pero en el contexto del condominio, de ahí la idea del condominio como metáfora de la del barrio, en tanto se vinculan discursivamente elementos que se oponen y que mediante la metáfora se transforman en afines. En definitiva esta evocación por la comunidad purificada pone de manifiesto la homogeneidad como elemento constitutivo de este *estilo de vida de barrial* y aparece en los discursos

“Lo que pasa es que yo a barrio le llamo a una cosa que no tiene guardias, que es calle, o sea ponte tu vives en cuarto centenario y ahí no hay guardia, es barrio no es condominio, a eso me refería..”(Macarena, “Los Naranjos”)

Notas

¹ Maristella Svampa, “Los que ganaron” *La vida en los countries y barrios privados*. Buenos Aires, Editorial Biblos, 2000

² Este fenómeno ha sido denominado por Svampa y otros autores como de “gentrificación” y constituye una de las nuevas caras que está adoptando la expansión urbana en donde la especulación sobre el precio del suelo es uno de los motores centrales en las decisiones inmobiliarias. En Santiago este fenómeno se puede graficar por el surgimiento de condominios en Peñalolén y Huechuraba.

³ Alain Mons, “La Metáfora Social” *imagen, territorio, comunicación*. Buenos Aires. Ediciones Nueva Visión. 1992. Pág. 17-25.

⁴ Op.cit:19.

⁵ Op.cit: 206.

⁶ Pierre Bourdieu, “La Distinción” *Criterios y Bases sociales del gusto*. 2º Edición, Taurus. 2000(A). Pág. 172.

⁷ Op.cit.

⁸ Pierre Bourdieu, “Las Estructuras Sociales de la Economía”, Editorial Manantial, 2000, Buenos Aires. Pág. 38.

⁹ Pierre Bourdieu, “La Distinción”, *Criterio y bases sociales del gusto*. Segunda Edición. Taurus, España, 1975.

¹⁰ Los residentes del condominio estudiado en esta investigación son jóvenes profesionales entre los 35-45 años de edad que pertenecen a un mismo sector social, proceden de las comunas tradicionales del sector oriente. Por otro lado son familias que están en el ciclo de formación y crianza de sus hijos.

¹¹ Bourdieu plantea que el espacio físico puede leerse a partir de la posición de los sujetos en la estructura social. (Pierre Bourdieu, “La miseria del Mundo”, Ediciones Grupo Santillana, Madrid, 1998.p.100)

¹² Mons: Op.cit: 206.

¹³ Op.cit.

¹⁴ José Bengoa, “La Comunidad perdida”. *Ensayos sobre identidad y cultura: Los desafíos de la modernización en Chile*. Ediciones Sur. Santiago. 1996.

¹⁵ Néstor García Canclini “Consumidores y Ciudadanos”. Grijalbo. México. 1995.

¹⁶ Moreno, A “Ferdinand Tönnies: “El Conflicto entre comunidad y sociedad”. *Ethica. Revista de Antropología*. 10:85-98. Barcelona. 1975.

¹⁷ Richard, Sennet “Vida urbana e identidad personal”. Ediciones Península. Barcelona.1975. Pág. 74-75.

¹⁸ Op.cit: 94.

Bibliografía

BACHELARD, G, 1975 “*La poética del espacio*”. Segunda Edición en español. Fondo de Cultura. México

BENGOA, J, 1996 “*La comunidad perdida*”. *Ensayos sobre identidad y cultura: Los desafíos de la modernización en Chile*. Ediciones Sur. Santiago.

BOURDIEU, P, 1979 *"La distinción" criterio y bases sociales del gusto*. Segunda Edición. Taurus, España.
——— 1998 *"La Miseria del Mundo"*, Ediciones Grupo Santillana, Madrid.
——— 2000 *"Las Estructuras Sociales de la economía"* Manantial, Buenos Aires.
GARCÍA CANCLINI, N, 1995 *"Consumidores y ciudadanos"*. Grijalbo. México.
MONS, A, 1992, *"La metáfora social" imagen, territorio, comunicación*, Nueva Visión, Buenos Aires.

MORENO, A, 1975 *"Ferdinand tönnes: el conflicto entre comunidad y sociedad"*. Ethica. Revista de Antropología. 10:85-98. Barcelona.
SENNET, R, 1975 *"Vida urbana e identidad personal"*. Ediciones Península. Barcelona
SVAMPA, M, 2001, *"Los que ganaron" la vida de los countries y barrios privados"*. Editorial Biblos. Buenos Aires.

La "Toma de Terrenos" y la Autoconstrucción de Hábitat en la Ciudad de Viña del Mar: Una Estrategia Histórica-Cultural de los Sectores Populares

Héctor Santibáñez Frey*

Presentación

La presente ponencia constituye una síntesis del estudio realizado en la Municipalidad de Viña del Mar, entre los años 2002-2004, denominado **"Tomas de terreno en Viña del Mar"**¹, que intenta entender desde un encuadre más global, mas allá del que nos posibilita la estadística social, estos procesos de poblamiento urbano que parecieran recientes en la historia de la ciudad y que, sin embargo, la han acompañado desde sus inicios. El propósito inicial de este estudio fue abordar desde una dimensión histórico-cultural el fenómeno de las "tomas de terreno", hoy denominados por la política social como Asentamientos Humanos Precarios, uno de los rasgos predominantes en el paisaje urbano de Viña del Mar que, estando presente a lo largo de su evolución como ciudad y en su vivencia cotidiana, ha sido sistemáticamente omitido por la historia oficial e invisibilizada su relevancia en el desarrollo comunal. Esta perspectiva de acercamiento pretende complementar los estudios existentes sobre el tema de las "tomas de terreno", cuyos principales productos han sido diag-

nósticos sobre las características socioeconómicas de sus ocupantes, que ponen el acento en su dimensión de problemática social. Por el contrario, buscamos poner de relieve la recurrencia histórica, por un lado, de una estrategia cultural propia de los sectores populares en pos de satisfacer su demanda habitacional; por otro lado, de una forma de construir ciudad, que hoy en día constituye una parte importante de la geografía urbana de Viña del Mar: el poblamiento de sus cerros.

Esta síntesis se organizó considerando tres dimensiones o miradas. La primera corresponde a una descripción general sobre las "tomas de terreno" hoy en día. La segunda, corresponde a una mirada histórica sobre como ha sido el acceso al suelo para los sectores populares en la ciudad y la reiteración cíclica de las "tomas de terreno", hecho observable en los documentos y relatos existentes. Finalmente, algunas consideraciones sobre la autoconstrucción como una estrategia cultural válida en la producción de viviendas y hábitat para miles de familias viñamarinas. Aquí abogamos porque este conjunto de prácticas y saberes populares sean reconocidos y valorados por la política social.

* Antropólogo. Email: hsanti@mixmail.com