

VI Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Valdivia, 2007.

El Retorno del Centro de la Ciudad como Escenario de Cultura Urbana. Estilos de Vida y Consumo Cultural en Jóvenes Residentes y Usuarios del Barrio Lastarria/Bellas Artes.

Christian Matus Madrid.

Cita:

Christian Matus Madrid (2007). *El Retorno del Centro de la Ciudad como Escenario de Cultura Urbana. Estilos de Vida y Consumo Cultural en Jóvenes Residentes y Usuarios del Barrio Lastarria/Bellas Artes. VI Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Valdivia.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/vi.congreso.chileno.de.antropologia/116>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eCzH/1p6>

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>.

GARCÍA CANCLINI, N., A. CASTELLANOS y A. ROSAS MANTECÓN, 1996. *La ciudad de los viajeros*, México: Grijalbo.
GIANNINI, H. [1982] 1992. *La reflexion quotidienne: vers une archeologie de l'experience*. Alinea, Paris.
GRAVANO, A., 2003. *Antropología de lo barrial*, Ed. Espacio, Buenos Aires.
HALBWACHS, M. 2004. *Memoria colectiva*, PUZ, Zaragoza.
LEFEBVRE, H. 1976. *Espacio y política: el derecho a la ciudad*, Península, Barcelona, España.
LÉVI-STRAUSS, C. 1977. *Antropología estructural*, Eudeba, Argentina.
LOMNITZ, L., 1987. *Como sobreviven los marginados*, Siglo XXI, México.

MAUSS, M. 1989, *Sociologie et anthropologie*, PUF, Paris.
MONGIN, O., 2006. *La condición urbana: la ciudad a la hora de la mundialización*, Paidós, Buenos Aires.
ROJAS, M. 2006. *El imaginario: Civilización y cultura del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
SARTRE, J. P., 1986. *L'Imaginaire*. Paris: Folio Essais.
SENNET, R., 2001. *Vida urbana e identidad personal*. Barcelona: Península.
SIMMEL, G., 1998. «Las grandes urbes y la vida del espíritu». En: *El individuo y la libertad, Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Editorial Península.
SUBERCASEAUX, B., [1940] 1973. *Chile o una loca geografía*. Santiago: Editorial Universitaria.
WEBER, M. 1987. *La ciudad*, Serie Genealogía del poder, La Piqueta, España.

El Retorno del Centro de la Ciudad como Escenario de Cultura Urbana. Estilos de Vida y Consumo Cultural en Jóvenes Residentes y Usuarios del Barrio Lastarria/Bellas Artes

Christian Matus Madrid*

Resumen

La presente ponencia ofrece una primera caracterización de los estilos de vida residenciales y de consumo cultural que ponen en escena nuevos residentes y usuarios de los Barrios Lastarria-Bellas Artes colocando acento en las prácticas de re-significación de lo patrimonial que desarrollan las generaciones jóvenes a partir del diseño, habitación y consumo de espacios asociados tanto material como simbólicamente a un «imaginario neo-barrial». Expone los principales resultados del trabajo de campo etnográfico realizado en base a las técnicas de entrevista a informantes clave, y observación etnográfica acompañada de un registro visual de los espacios apropiados por los y las jóvenes en dichos territorios.

Palabras Claves: Estilos de vida, cultura urbana, consumo cultural, juventud, género, generación.

Abstract

This paper offers a first characterization of the residential ways of life and of cultural consumption that they put in scene new resident and users of the Lastarria-Bellas Artes Neighborhood, placing accent in the practices of re-significance of heritage that the young generations develop from the design, room and consumption of spaces associated so much material as symbolically to a «neo-barrial imaginary». Exposes the principal results of the ethnographic fieldwork realized on the basis of the methodologies of interview to key informants, and ethnographic observation, accompanied of a visual record of this spaces.

Keywords: lifestyles, urban culture, cultural consumption, youth, gender, generation.

* Candidato a Doctor en Arquitectura y Estudios Urbanos, Universidad Católica de Chile, cumatus@uc.cl, investigador adjunto Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. La presente ponencia se basa en la investigación de tesis doctoral *Una etnografía a los estilos de vida de nuevos residentes de Barrios Céntricos Patrimoniales en Santiago y Valparaíso*, estudio en curso desarrollado con financiamiento de la Beca MECESUP.

I. Introducción

La emergencia de una cultura urbana asociada al rescate y resignificación de los centros ciudadanos configura una tendencia contemporánea que empieza a tener una creciente presencia en Chile, primero a partir de la visibilización de los efectos e impactos socio-culturales que generan los procesos de renovación urbana desarrollados en el centro histórico de Santiago, a partir de comienzos de los noventa, y en forma más reciente, a partir de la visibilidad que adquiere la revitalización del centro histórico de Valparaíso, producto de su puesta en valor al ser nominada como ciudad Patrimonio de la Humanidad.

No obstante la relevancia que adquiere el fenómeno de la renovación de la vida del centro urbano, salvo excepciones¹, el análisis de dichos procesos a nivel de nuestras ciudades ha tendido a analizarse siempre, o desde la óptica de la economía urbana, o desde un marcado acento socio-demográfico y cuantitativo, que deja de lado una perspectiva inclusiva de las múltiples subjetividades que estos procesos movilizan y ponen en juego. En efecto, los estudios urbanos nacionales han declinado analizar las nuevas significaciones que construyen los sujetos que se constituyen como protagonistas de estos cambios, haciendo con esto aún más presente la ausencia de una mirada cualitativa respecto a los efectos que generan en la vida de las ciudades las estrategias de renovación urbana.

Es en este contexto de baja intensidad del análisis cualitativo sobre la transformación ciudadana, que se abre una oportunidad para explorar desde una antropología urbana que relea e interrogue sin nostalgias dichos procesos, permitiendo analizar las tendencias que configuran y prefiguran la construcción de una cultura urbana cuya producción se encuentra en curso y que dada esta ausencia de reflexividad, tiende a ser pensada más desde el mercado que desde la investigación social y el debate público. No obstante, es en el marco de este aún no interrogado paisaje de transformación que se generan nuevas prácticas, representaciones y significaciones, que dan contenido a múltiples estilos de vida que ponen en escena los nuevos residentes y consumidores del centro de la ciudad. Muchas de estas prácticas son visibilizados por los mass media y los estudios de mercado quienes los utilizan a su vez como contenidos para la creación de nuevos emprendimientos relacionados con la industria de la experiencia y la cultura urbana. Pero más allá de su ocupación por parte del mercado ¿qué podemos entender desde una mira-

da antropológica, y particularmente desde la antropología urbana, por los estilos de vida?, ¿qué realidades nos permite describir dicho enfoque? ¿Cuáles son las potencialidades y limitaciones de esta mirada para dar cuenta de las nuevas modalidades de identidad/identificación posmodernas? Es en función de elucidar dichas interrogantes que partiremos por presentar una breve explicación de cómo entendemos el concepto y su aplicación como herramienta de indagación para dar cuenta del cómo y por qué se produce este retorno y rescate del centro urbano por parte de una nueva generación de *urbanitas*.

II. De la noción de estilos de vida a la emergencia de nuevos actores urbanos

En primer lugar, partiremos por señalar que en las culturas urbanas –al igual que en otros escenarios de construcción de identidad– las identificaciones se constituyen en la contraposición entre la pertenencia a un colectivo, el conjunto asociado en este caso a la pertenencia a una sociedad o «cultura urbana» como la santiaguina, y la expresión y afirmación de diversidades culturales, diferenciaciones respecto al colectivo que da origen a la creación de múltiples identidades y modos de vivir la ciudad. En ese marco el concepto de estilo de vida emerge como una respuesta a la necesidad de dar cuenta de las complejas modalidades de identificación que se desarrollan en el contexto urbano postmoderno. Lo distintivo del concepto tiene relación con su articulación en torno a «elementos subjetivos, como el gusto, que derivan de la pasión y la elección» (Rocchi, 2002:77). La constatación de la electividad de la construcción de identidades en la ciudad posmoderna, es a nuestro juicio, el atributo clave del que da cuenta y acusa recibo la noción de estilos de vida, ya que en ellos la pertenencia no sólo puede cambiar varias veces en el lapso de una biografía, sino que también yuxtaponerse unos a otros con lo que las posibilidades de pertenecer se multiplican y no se acotan a un solo núcleo identitario.

Una clave para entender los códigos culturales con los que operan los estilos de vida urbanos posmodernos la entregará Mike Featherstone (1995) al sostener la articulación de estos con una cultura del consumo, en la que la mayoría de las actividades cotidianas son mediadas por la apropiación y uso de signos e imágenes. En ese marco el consumo deja de ser una mera apro-

piación de utilidades para convertirse en consumo de imágenes y signos. Featherstone planteará la existencia de un proceso de *estetización de la vida cotidiana*, que contempla la articulación de estilos de vida, que connotan individualidad, auto-expresión y una conciencia de sí estilizada, al consumo de bienes como ropa, música u otros en donde el individuo expresa las opciones y elecciones que hace y los comportamientos que adopta. Desde esta perspectiva, las personas hoy construirían su propio estilo de vida manifestando su individualidad a través de los bienes, imágenes y signos que se apropian, teniendo la conciencia de que se comunican a través del estilo adoptado y que serán «interpretadas y clasificadas en términos de la presencia o falta de gusto» (Featherstone, 1995:123).

Pero junto con incorporar la cultura de consumo posmoderna, los estilos de vida incorporan e introyectan un conjunto de cambios que acontecen en la vida cotidiana de las ciudades durante las últimas décadas. Al respecto, es posible distinguir ciertas tendencias de cambio subjetivo que se articulan a la construcción de estilos de vida cuyos patrones espaciales se imbrican al rescate del centro urbano. En primer lugar, **la emergencia y protagonismo que asumen nuevos actores urbanos**. Tanto los migrantes, las minorías étnicas y sexuales, y los jóvenes constituyen nuevos sujetos urbanos visibles tanto a nivel de los espacios públicos como en el campo de la cultura del centro urbano, tendiendo a concentrarse en mayor número en los antiguos centros urbanos, espacio desde donde elaboran una gran variedad de «estilos de vida alternativos» que aportan a dar movimiento a la vida cotidiana de las grandes ciudades. En particular, los jóvenes constituyen actores centrales en estos procesos de renovación de la cultura urbana a partir del protagonismo que adquiere su uso y apropiación del centro de la ciudad, desde la década de los sesenta hasta la actualidad. Primero las contraculturas juveniles, como la hippie al ocupar espacios céntricos de algunas ciudades en Canadá y Norteamérica (Ley, 1996), después los primeros squatters en Inglaterra y los «okupas» en España (Santos Solla, 2002). Posteriormente, a partir de los noventa, los estilos de vida juvenil emergen como protagonistas urbanos no sólo desde el eje de la contracultura a través de la espectacularidad de las denominadas «tribus urbanas» sino como miembros de comunidades de consumo asociadas al nuevo estatuto del trabajo en la economía de servicios, como es el caso de los jóve-

nes yuppies (Zukin, 1991; Sassen, 1999), o la más reciente síntesis del estilo hippie y yuppie, que determina la aparición de la figura del burgués bohemio (*bobo*) o neo-bohemio (Lloyd, 2006; 2000).

En segundo lugar, **los cambios que acontecen en las modalidades de vínculo, unión o construcción de pareja en las generaciones más jóvenes**, que plantean un nuevo modelo de relacionarse, profundamente urbano, articulado en torno a la vida en pareja en sí, y no en relación a la reproducción y construcción de una familia extensa como planteaba el modelo tradicional asociado al matrimonio (Palma, 2006). Estas nuevas tendencias de cultura urbana, dan cuenta de la aparición y emergencia en tanto nuevos grupos urbanos de consumo, de parejas que viven juntas sin hijos y comparten altos ingresos (*dinkys*), como de parejas que viven solas en espacios residenciales diferenciados (*lats*), nuevas modalidades de vínculo que tienden a establecer opciones residenciales tanto provisorias como estables en viviendas que se ubican en el centro histórico de la ciudad, espacios que comparten ciertos atributos de distinción como su mayor espacialidad, y su valor arquitectónico y patrimonial.

Por último, un tercer nivel de transformaciones subjetivas tiene que ver con los **cambios que ocurren en la significación del trabajo y el ocio**. Por un lado, el valor estético del trabajo se transforma en factor de estratificación para las clases altas y medias altas que tienen mayor acceso al consumo, borrándose en sus prácticas laborales la distinción entre la vocación y la ausencia de vocación, entre el trabajo y el hobby y la diferencia entre las tareas productivas y las prácticas de recreación, emergiendo una elite minoritaria de jóvenes trabajadores, y de trabajos asociados a «lo creativo» que son considerados «afortunados» y «exitosos» (Bauman, 2003). Por otro lado, y en consonancia con el cambio en el modo de relacionarse con el trabajo, dado por la sumatoria de flexibilización laboral con el proceso de *estetización del trabajo* (Bauman, 2003), el «tiempo libre» o de ocio festivo se constituye en un campo privilegiado para el ensayo de experiencias festivas que tienden a ensanchar su temporalidad más allá de la división tradicional del tiempo de ocio opuesto a lo tiempo productivo, contribuyendo a configurar nuevas prácticas de cultura urbana que forman parte de la «neo-bohemia» (Lloyd, 2006) que se genera en las grandes ciudades contemporáneas.

III. Estilos de vida y transformaciones en el territorio del centro urbano

Por otro lado, la otra cara de estas microtendencias la configuran tendencias de cambio más amplias gatilladas por actores e intereses tanto público como privados que en el marco del nuevo escenario global de competitividad entre ciudades emprenden como estrategia proyectos de renovación de los antiguos centros de las ciudades. Revisando la bibliografía acerca de la renovación urbana podemos sintetizar la presencia de, a lo menos, tres tipos de macro-tendencias de cambio urbano que se generan o gatillan producto de la revitalización de las ciudades y particularmente de su centro urbano, tendencias estructurales que van a influir en la construcción de nuevos estilos de vida urbanos asociada a nuevos usos del centro de la ciudad que van desde la apropiación turística hasta a la elitización del acceso y el uso del centro de la ciudad por parte de grupos urbanos de mayor acceso económico y capital simbólico.

En primer lugar, encontramos un primer nivel de procesos asociados a **la revaloración y resignificación del patrimonio** (Pacione; García Canclini, 1999) que tiene que ver con la cualificación de los antiguos centros -tanto por su carácter arquitectónico como paisajístico- como espacios de valor patrimonial, lo que hace que sean objeto de políticas de renovación urbana específicas asociadas a su condición de «centros históricos». Relacionado con lo anterior, una segunda tendencia a la **«turistificación» o «disneyficación» del centro urbano**, tiene que ver con la colisión que se produce entre la promoción turística del antiguo centro histórico con la vida cotidiana y el carácter identitario de dicho territorio. Parte de este proceso de «turistificación» va de la mano de estrategias de recuperación y renovación de los cascos urbanos, e impulsos desarrolladores para crear barrios especializados en gastronomía o diversión. Como plantea Judd (2003) en muchas ciudades antiguas el turismo se transforma en una oportunidad para re-encantar ciudades en decadencia.

Por último, encontramos una tercera tendencia referida a los impactos positivos y negativos de los **procesos de renovación poblacional y gentrificación** en los antiguos centros urbanos, que por un lado contribuirían a revitalizar los barrios urbanos haciéndolos más interesantes, ayudando a un cambio tanto en la arquitectura como en la planificación urbana, y por otro, difundirían estilos de vida que fomentan la privatización,

el abandono de las instituciones públicas, y una demanda estética por coherencia visual, que excluye de los espacios urbanos gentrificados a quienes no se adaptan a los patrones del nuevo estilo de vida (Zukin, 1998). En ese sentido, la gentrificación (Hamnet, 2003; Sargatal Bataller, 1999; Polese, 1998, entre otros) o elitización (García, 2001), generaría la construcción de distinciones y diferencias a partir del uso y apropiación de los barrios céntricos y de patrimonio, dando origen a la construcción de estilos de vida urbana los que entran en colisión con los valores y modos de vida de los habitantes que tradicionalmente moraban en dichos espacios urbanos, finalizando la mayoría de las veces con procesos de desplazamiento de la antigua población residente con menos recursos.

IV. Economía simbólica, distinción y políticas de identidad. Tres aproximaciones a los estilos de vida del centro urbano

Las tendencias de cambio subjetivo y cambio estructural anteriormente señaladas permiten dar cuenta de las tensiones internas que caracterizan a los nuevos estilos de vida urbanos, que hacen que estos sean tanto expresiones identitarias del sujeto urbano posmoderno como herramientas manipulables por parte de los actores económicos que digitan los procesos de desarrollo y renovación urbana. Retomando lo anterior, nos permitiremos postular tres niveles de aproximación que deben ser considerados para emprender el estudio de los estilos de vida asociados a la renovación del antiguo centro urbano. Por un lado, **los estilos de vida como un fenómeno económico** que da vida a un segmento importante de la nueva economía urbana; por otro **los estilos de vida como procesos de diferenciación y distinción simbólica** producto de la aplicación por parte de I@s sujetos de una cierta *reflexividad estética*, y por último, **los estilos de vida como expresión de políticas de identidad**, vinculadas a nuevos y emergentes actores urbanos.

IV.1 Los estilos de vida urbanos como materia prima de una «economía simbólica»

En primer lugar, los estilos de vida urbanos pueden ser analizados en tanto constituyen un aspecto central del modo de producción de la denominada «economía cul-

tural» (Rifkin 2002) o «economía simbólica» (Zukin, 1998). En efecto, los cambios en la construcción material y simbólica de las ciudades modifican las concepciones previas del consumo como una categoría residual de la economía política urbana otorgando cada vez mayor centralidad a modalidades de consumo de espacios urbanos asociadas a nuevos patrones de ocio, turismo y cultura urbana. Este énfasis en el consumo urbano forma también parte del nuevo escenario de competición entre ciudades globales e intermedias, las que sirven como «sucursales» no sólo para la distribución internacional de una estandarizada producción de masas, de bienes de consumo - como ropa y películas, sino también de nuevos productos «estéticos», como obras de arte, edificios patrimoniales e «históricos», y espacios de cultura urbana global como cafés culturales, tiendas de diseño, etc². En particular, las estrategias culturales de renovación urbana aprovechan la creciente importancia que adquiere a nivel global la economía simbólica basada tanto en productos abstractos como instrumentos financieros, información y «cultura». Esta «**economía del estilo urbano**» se basa en la producción interrelacionada tanto de símbolos culturales como de espacios en donde esos símbolos deben ser consumidos – incluyendo con esto tiendas de arte y diseño, restaurantes de comida internacional, fashion, música, turismo, viviendas refaccionadas como lofts, museos (Zukin, 1995) lugares que tienden a instalarse en el espacio de antiguos barrios del centro urbano. De este modo, los estilos de vida urbanos terminan siendo no solamente el resultado, sino también la materia prima del crecimiento de la economía simbólica.

IV.2 Los estilos de vida urbanos como procesos de identificación, distinción y jerarquización

En segundo lugar, los estilos de vidas urbanos pueden ser observados -en el fluctuante marco de la cultura urbana posmoderna- como una respuesta a las necesidades de identificación, diferenciación y jerarquización que se desarrollan en el contexto de las grandes ciudades.

Stuart Ewen (1991) desarrolla una aproximación a la dimensión cotidiana y cultural del capitalismo tardío, en términos del papel que adquiere la imagen en la sociedad de consumo. El autor desarrolla una revisión histórica que plantea el proceso por el cual emerge el estilo al interior del consumo de bienes, como parte de un cambio de paradigma en relación a la valoración de los

objetos, ya que estos pasan de ser valorados por su utilidad a adquirir valor desde un punto de vista estético. En ese contexto «*los signos durables fueron substituidos por los efímeros*» (Ewen, 1991:38)

Pero no es sino a partir del aporte de Pierre Bourdieu en donde va a ser posible comprender con mayor claridad la lógica de la distinción que se encuentra presente en el consumo y construcción de estilos de vida distintivos que adquieren visibilidad a nivel de la ciudad postmoderna con los procesos de renovación del antiguo centro urbano. El autor en *La Distinción* (Bourdieu 1998 [1979]) analiza el concepto de estilo de vida en relación a su teoría de los campos y espacios sociales, asumiendo como supuesto que cada sujeto está ubicado en una posición o una clase precisa de posiciones dentro del espacio social. En ese sentido, la posición de un individuo determinado en el espacio social es definida por la posición que ocupa en los diferentes campos o dimensiones de lo social. El investigador francés define los campos como espacios estructurados de posiciones, definidas a partir de la disputa entre distintos actores de determinadas propiedades que están en juego en cada campo (Bourdieu, 1990).

El proceso de posicionamiento en los diferentes campos simbólicos tendrá relación con la operación del *habitus*, definido como «*el principio generador de **prácticas objetivamente enclasables** y el sistema de enclasamiento de esas prácticas*» (Bourdieu, 1998:169) Es en relación con esta doble capacidad del *habitus* de producir prácticas u obras enclasables y de diferenciar/apreciar esas prácticas y productos a través del gusto, donde para Bourdieu «*se constituye el mundo social representado, esto es el espacio de los estilos de vida*». (op. cit, p.170)

Para el enfoque de la distinción las diferencias de estilo de vida entre distintas fracciones de clase, particularmente en el campo cultural, se van a explicar en parte por su distribución en un espacio geográfico socialmente jerarquizado – como el que configura en este caso nuestra investigación, Lastarria/Bellas Artes, en tanto barrio prestigiado por su valor y carácter patrimonial». En este sentido, las probabilidades que un grupo tiene de adjudicarse una clase cualquiera de bienes, en este caso la «propiedad simbólica» de un barrio, depende de sus capacidades de apropiación específicas, definidas por el capital económico, cultural y social que puede utilizar para apropiarse material y/o simbólicamente, de los bienes considerados, es decir, de su posición en el espacio social, y de las relaciones de su distribución en el espacio geográfico y la distribución de los bienes singulares en ese espacio.

En el marco del proceso de distinción, Bourdieu distingue la existencia de un actor clave en la activación del proceso de disputa que involucra autenticar un gusto como legítimo, este actor, que proporciona una especie de término absoluto al juego necesariamente indefinido de los gustos, es el artista. En efecto, aplicando la lógica bourdesiana al universo urbano va a ser el artista y otros actores culturales asociados al mundo de la innovación, como en la actualidad lo constituyen las nuevas clases de profesionales y de «analistas simbólicos» (Reich, 1993), los que gatillan procesos de distinción y diferenciación que plantean la revaloración y reapropiación de los espacios barriales de «mayor valor cultural» en relación a otros espacios y territorios menos distinguidos.

Un investigador que retoma la perspectiva de Bourdieu para elaborar una entrada consistente al fenómeno de la cultura urbana del nuevo centro urbano es David Ley (2003; 1996). Ley adapta la mirada de Bourdieu acerca de la distinción aplicándola al campo de la gentrificación. A partir de sus estudios del rol del artista y la estetización en los procesos de gentrificación que se producen en las ciudades de Toronto, Montreal y Vancouver, en Canadá, va a proponer el análisis de la gentrificación en tanto campo simbólico. Ley va a sostener que el «estilo de vida artístico» se articula en torno a una invitación voluntaria a la pobreza, no obstante «este déficit profundo en capital económico es relevado por un exceso de capital cultural» (Ley, 2003:253³). Siguiendo los diagramas de espacios sociales de Bourdieu, el autor plantea que existen yuxtaposiciones de los espacios de los artistas con los espacios de los jóvenes. Ambos tienen menos niveles de capital económico y típicamente más altos niveles de capital cultural que sus padres. Por otro lado la disposición estética y el estilo de vida artístico vendrían a dar un refugio o sitio de resistencia a los jóvenes en relación a los valores burgueses hegemónicos.

En síntesis, la «espacialización de la distinción» que desarrollan grupos específicos como los artistas, los jóvenes, o las minorías sexuales genera la instalación en términos de la cultura urbana de un habitus que articula el gusto legítimo en torno a los barrios céntricos, determinados que territorios de la ciudad y su antiguo centro se constituyen en «lugares auténticos» para un «mejor vivir», los que tienden a ser catalogados en términos posmodernos como «lugares cool». Por otro lado, otro nivel de distinciones que opera en relación al espacio tiene que ver con las connotaciones globales o

translocales que estos evocan. Un ejemplo de lo anterior lo plantea la construcción en un segmento de los nuevos residentes/gentrificadores de un sentido de pertenencia a una comunidad global, imaginario que se retroalimenta con la forma en que es narrado y comunicado el centro urbano como espacio de cultura global por parte de los *mass media*, Internet y otros medios de comunicación especializados como las revistas de arquitectura, diseño, cultura urbana y promoción turística.

IV.3 Los estilos de vida urbanos como políticas de identidades

Por último, sostendremos que es posible comprender los **estilos de vida urbanos** en una tercera dimensión que los considera como **políticas de identidad**³. La apropiación del lenguaje del estilo por parte de las políticas identitarias de nuevos actores urbanos implica el ocupar el locus de la cultura urbana como ámbito de identificación ya no en el registro moderno de identidades estables o sólidas, sino que en los códigos de una identidad que se hace maleable y líquida (Bauman, 2003), característica propia del nuevo escenario que abre a los sujetos urbanos, el actual contexto de globalización y la post-modernidad. En ese sentido los estilos de vida adquirirían un nuevo valor asociado a su rol central en una agencia y una acción política que se constituye cada vez más en las prácticas y representaciones que construye el sujeto en relación con su vida cotidiana. En ese marco es que Stuart Hall sostendrá la articulación de la identidad con una política de la situación: «cuando hablo de política me refiero a la significación del significante *identidad* en las formas modernas de movilización política, su relación axial con una política de la situación, pero también a las dificultades e inestabilidades notorias que afectaron de manera característica todas las formas contemporáneas de *política identitaria*.» (Hall, 2003:15)

Siguiendo a Hall (2003), una suerte de maleabilidad de las identidades sería característica del actual contexto de globalización, siendo las identidades partes no tanto de un proceso de «ser» sino de «devenir» en el que «*las identidades tienen que ver no tanto (con) quienes somos o de dónde venimos sino en qué podríamos convertirnos, cómo nos han representado y cómo atañe ello al modo como podríamos representarnos. Las identidades, en consecuencia, se constituyen dentro de la representación y no fuera de ella.*» (Hall, 2003:17-18)

En ese sentido en los estilos de vida como parte de una política identitaria emerge la cuestión de la identificación en tanto aproximación a la identidad que la entiende como *constante construcción, un proceso nunca terminado, siempre en proceso*. Desde esta perspectiva, la identificación es siempre condicional y se afina en la contingencia: «...*Una vez consolidada, no cancela la diferencia. La fusión total que sugiere es en realidad, una fantasía de incorporación. (...) La identificación es, entonces, un proceso de articulación, una sutura, una sobredeterminación y no una subsunción. Siempre hay demasiada o demasiado poca: una sobredeterminación o una falta, pero nunca una proporción adecuada, una totalidad.*» (Hall, 2003:15).

V. El centro histórico como escenario y puesta en escena de nuevos estilos de vida urbanos

Una vez elucidados cuales son los ejes de comprensión que utilizamos para aproximarnos a los estilos de vida urbanos será necesario plantear una breve descripción del escenario urbano particular que nos convoca, el que podemos definir como el sector oriente del centro histórico de Santiago, configurado por la confluencia de los barrios Lastarria y Bellas Artes, territorios ubicado al interior del triángulo delimitado por el cerro Santa Lucía al poniente, el parque Forestal al norte, la Plaza Italia al oriente, y la Alameda al sur (Seccional Barrio Santa Lucía-Forestal, 1997).

En nuestro acercamiento consideraremos tanto a Lastarria como Bellas Artes como parte de un mismo territorio o espacio al que denominaremos «macrobarrio». Justificamos la adopción de la noción de «macro-barrio» en términos de ser una definición que permite graficar como los procesos de cambio y renovación urbana tienden a consolidar la existencia de un continuo entre ambos territorios instalando como centro del «nuevo barrio» lo que anteriormente se concebía como el límite y la frontera que los dividía, la calle José Miguel De la Barra. Para dar cuenta de estos cambios y transformaciones que dan emergencia a una nueva concepción del barrio como escenario en donde se ponen en escena nuevos estilos de vida urbanos, plantearemos dos entradas. En primer lugar una descripción de los cambios morfológicos y de usos acontecidos en el barrio, colocando algunos ejemplos de espacios prototípicos de la construcción de una nueva cultura urbana, que re-significa aspectos y significantes

de lo barrial para reocuparlos como materia prima de una economía simbólica. Para en un segundo momento, a partir del análisis de las primeras entrevistas a informantes clave de nuestra investigación, presentar una primera aproximación a las principales tendencias de construcción de estilos de vida asociados al rescate del centro urbano por parte de una nueva generación de residentes.

V.1 La nueva economía simbólica y su expresión en el territorio y la morfología del barrio

Una primera forma de dar cuenta de la emergencia de nuevos estilos de vida urbanos la entrega un análisis de la configuración actual de tres ejes fundamentales que articulan y unen ambos barrios constituyendo los sectores más renovados en cuanto a sus usos. Nos referimos a las calles Lastarria, Merced -entre José Miguel De la Barra y Lastarria-, y José Miguel De la Barra, desde Merced hasta Monjitas. Si analizamos las transformaciones territoriales que acontecen en estos ejes producto del desplazamiento de nuevos residentes al barrio Lastarria/Bellas Artes nos encontraremos con que en ellos desde 2000 en adelante se comienza a configurar un proceso de «destrucción creativa» (Zukin, 1991), que adquiere, a lo menos, dos modalidades. Una que intenta desarrollar una mayor continuidad con los usos y la morfología previa, re-significando antiguos espacios barriales conciliando su estructura e identidad patrimonial con nuevos usos, y otra que coloca mayor acento en la destrucción del espacio previo re-emplazándolo por nuevas estructuras arquitectónicas que rompen con la continuidad del espacio barrial.

Las transformaciones en la Calle Lastarria

En el caso de calle Lastarria encontramos la génesis del proceso de transformación del barrio que se remonta a un primer período o ciclo de renovación que se activa hace más de dos décadas atrás. En efecto, quizá si el primer hito en la renovación urbana del barrio lo constituya la creación de la Plaza Mulato Gil de Castro, en 1981. Esta intervención financiada por la iniciativa privada, a partir de la acción de los empresarios Manuel Santa Cruz y Hugo Yaconi, quienes compran el inmueble ocupado por una antigua casa, perteneciente a la familia Campos Larenas, ubicada en calle José Victorino Lastarria en los números 305 y 307, constituye la pri-

mera experiencia de readecuación y reciclaje de un inmueble de carácter patrimonial. Al interior de la Plaza Mulato Gil se instalarán junto con talleres para artistas y cafés, el Museo Arqueológico de Santiago y posteriormente el Museo de Artes Visuales (MAVI). En la Plaza se concentran en la actualidad los restaurantes Erre Punto, manteniéndose el Café La Pérgola de la Plaza, la tienda de indumentaria Caldo, y algunas oficinas de arquitectos, habiendo cerrado hace ya algunos años la librería del escritor Enrique Lafourcade.

Otro hito en la revitalización del barrio lo constituyó la creación, en la segunda mitad de los ochenta, por parte de productores nacionales del Cine El Biógrafo, que emplazado en Lastarria 181, va a dar espacio en Lastarria con Villavicencio al Café del Biógrafo, que regentado por el cineasta Douglas Hubner, encuentra su apogeo, junto a Lastarria mismo, en el contexto de la vuelta a la democracia. En efecto, en la entrada sur de Alameda con Lastarria se instala el Comando del No, y en la antigua casa del arquitecto catalán Antonio Coll y Pi, y a un costado del cine, se ubica el Café de El Biógrafo espacio que es apropiado no sólo por artistas, intelectuales sino también por la nueva clase política concertacionista que aprovechando la cercanía con el Comando del No confluye al café convirtiéndolo hasta su cierre en 2001, en escenario de proclamaciones y celebraciones, desde el triunfo del No hasta la elección, en 1999, y proclamación, en 2000, de Ricardo Lagos como Presidente.

Esta primera generación de acciones de renovación urbana va a marcar la identidad de barrio cultural de Lastarria durante todos los noventa dando paso a un segundo ciclo de renovación urbano de nuevo tipo propio de comienzos del dos mil del cual tres inmuebles emplazados en calle Lastarria constituyen ejemplos emblemáticos. Nos referimos al Edificio de Lastarria 60, la casona de Lastarria 90, y la casa Flaño ubicada en Lastarria con Villavicencio. Esta tríada sintetiza, a nuestro juicio, el impacto de los procesos de renovación urbana en el barrio, siendo proyectos que representan las diferentes variantes que adquiere la nueva lógica de construcción del barrio por parte de la inversión inmobiliaria y «cultural».

Por un lado, el nuevo edificio Lastarria que construye en la actualidad la inmobiliaria Ad Portas, cuya entrada por la calle Lastarria conserva la antigua fachada de la casona de Lastarria 60, apelando a configurar una imagen sincrética que concilia «identidad con modernidad», articulando la oferta genérica de «los departamentos más amplios, en el mejor lugar del centro» con el con-

cepto del «barrio a pié». No obstante, si bien la estrategia de promoción del proyecto apela a una continuidad no intrusiva con la vida del barrio incluyendo incluso la instalación dentro del proyecto de talleres para la exposición de artistas, en la práctica inserta la lógica del condominio y la comunidad cerrada en un barrio caracterizado por su carácter abierto y cosmopolita.

Por otro lado, el caso del actual Teatro Lastarria 90 y la Casa Flaño, constituyen un ejemplo de otro tipo de emprendimientos de economía simbólica, que tiene relación con el empleo de nuevo modelo de inversión cultural que incorpora técnicas de empresariamiento a la gestión de espacios culturales emblemáticos del barrio. En el caso del Teatro se trata de un emprendimiento privado de dos conocidos actores de teatro joven que invierten en la rehabilitación de una vieja casona que antes albergara al Teatro de Ensayo de la Pontificia Universidad Católica y más tarde, a la compañía de teatro El Aleph. Como difunde un sitio destinado a la promoción turística y urbana de los lugares más atractivos del barrio «*el teatro Lastarria 90 surge de la remodelación de una casona construida en 1917 y hoy cuenta con dos salas, cada una con una capacidad de hasta 80 butacas; un foyer en el que se han realizado cóctels con más de 150 personas y una terraza con vista panorámica al cerro Santa Lucía y su entorno, con una capacidad para 300 personas*» (sitio web lastarria.com). En la actualidad la metodología de financiamiento del teatro tiene relación con el trabajo de «gestión cultural» por parte de los actores-empresarios que movilizan el apoyo por parte de la empresa privada, acogiéndose a la Ley Valdés⁴ que promueve la donación de las empresas privadas a organizaciones que se declaren con fines culturales

Por su parte, un tercer ejemplo lo encontramos en la rehabilitación de la Casa Flaño, de Lastarria con Villavicencio, antigua casa construida en 1912 por el arquitecto Ernesto Reid, con ayuda de Pedro Prado del «Grupo de los Diez», recinto que es restaurado recientemente como sede de El Observatorio de Lastarria. El Observatorio plantea en la narrativa electrónica de su web⁵ una genealogía que encuentra en el pasado del barrio y en el simbolismo de la construcción en donde se emplaza un referente para su proyecto de futuro, es así como rescata el criollismo cósmico de la «primera vanguardia chilena» -al que pertenecía Reid y el estilo arquitectónico neo-colonial de la casa- evocándolo para dar sustento a la puesta en escena actual de una nueva épica vanguardista que se propone como misión ser «un lugar para mirar Chile». La Casa es administrada

por la Fundación Observatorio presidida por un directorio de reconocidos arquitectos, escritores, diseñadores, entre otros profesionales que gestionan su financiamiento como espacio cultural donde se desarrollan exposiciones y editan publicaciones a partir de la inversión de la empresa privada, acogiéndose al igual que el caso de Lastarria 90 a la Ley Valdés. Este nuevo espacio articula en un mismo lugar la concentración de diferentes tipos de usos, que conjugan una mezcla entre economía y cultura característica de las nuevas modalidades de consumo urbano que propone como plus al acto mismo de consumir un valor agregado de «experiencia cultural» (Lyons, 2005). Como ejemplo de esto el denominado espacio del «Almacén» ubicado en el piso zócalo de piedra del edificio cuya descripción ofrece un muestrario de cómo los condimentos de la cocina chilena se reinsertan como significantes locales en la nueva lógica de la cultura global, se constituye en un «emporio turístico» que oferta: «...*los mejores productos de nuestra tierra, condimentos y mieles de distintas zonas, aguas minerales y variadas harinas, hierbas medicinales y quínoa, mermeladas y mariscos patagónicos. Los sabores de Chile junto a libros de receta, todo asociado a eventos de la nueva cocina chilena para su incorporación y difusión. Todos orgánicos, de pequeños productores y con origen territorial, que son los requisitos internacionales para fomentar «el comercio justo» en el mundo global»* (en www.elobservatorio.cl)

Acompañando al espacio «Almacén», el edificio cuenta también con un espacio de «Cava» que contiene una selecta muestra de vinos en un espacio especialmente habilitado para catas, degustaciones y talleres enogastronómicos. Por su parte en la planta del primer piso encontramos una segunda sucursal del Café Mosquito, de propiedad del escritor y poeta Cristián Warken cuyo primer local se ubica en la calle homónima del Barrio Bellas Artes. En este espacio de consumo cultural se ofrecen cafés de Colombia y Guatemala, de cien por ciento de variedad arábica, tres variedades de chocolate, cinco mixturas de café y chocolate y 13 clases de té además de ensaladas, sándwiches, jugos, tortas, alfajores artesanales y panqueques. También en el mismo piso que el Café pero más al fondo entrando hacia Villavicencio encontramos «la Tienda» un cuidado puesto de venta de artesanías y productos de diseño en donde se ofrece «lo mejor del país para su conocimiento y difusión», incluyendo en esta oferta una selección que mixtura artesanía artística chilena en diferentes materiales como tejidos y textiles, cerámicas, orfebrería, ar-

tículos en crin y papel, con lámparas y accesorios de vestuario, vestuario, y una selección de textos en donde se mezcla guías y textos turísticos (de parques nacionales, flora y fauna) con textos de literatura nacional.

Finalmente, otro prototipo de espacio de consumo cultural emplazado en Calle Lastarria, que re-significa lo «barrial estilizado», lo configura el Patagonia Café, local que define -a pesar de su denominación cafetera- su identidad como la de un almacén restaurant que ocupando el antiguo espacio de un emporio de barrio incorpora una propuesta estética elaborada en donde se mezcla la puesta en escena de un almacén con la venta de un local estilo gourmet, y con la presentación de una cava de vinos. Este concepto de mezcla de tipos de espacios es «leído» dependiendo el usuario, como un espacio cool o como un espacio «demasiado producido» que no logra generar la distinción deseada, la connotación de consumo adecuado que connota «lo cool».

Los cambios y transformaciones en Calle Merced

En esta nueva geografía de usos en la calle Merced encontramos, junto con la más reciente emergencia de boutiques y tiendas de moda, la presencia de un prototipo de espacio urbano postmoderno que encarna la propuesta de resignificación posmoderna de la imagen universal del «almacén de barrio». El «Emporio la Rosa» ubicado en la punta de diamante en donde confluyen Merced con Santo Domingo, fue inaugurado seis años por su dueña Teresa Undurraga, en el lugar que antes ocupara una antigua farmacia de barrio, constituyendo uno de los primeros espacios de la nueva economía simbólica que se instala en el centro de Santiago, representando en la actualidad un punto de encuentro estratégico y central en la vida cotidiana del nuevo residente y consumidor del «macro-barrio» que configuran los cada vez más indistintos escenarios urbanos de Lastarria y Bellas Artes:

«yo uso el Emporio como si fuera el almacén para mí pero si estoy conciente de que es «El Emporio»...por eso cuando yo doy mi dirección digo frente al emporio...» (Claudia, 40 años, residente Lastarria, Calle Merced)

«el emporio...esa es como la definición de lo cool en este barrio...porque ahí tu veís gente como de hartas edades, yo creo que está como super legitimado... el uso es como de cabros jóvenes,

he visto como cabros de dieciseis años tomándose un helado rico, hasta señoras de ochenta años con sus nietos y toda la gama que hay entremedio tanto de gente homo, de otros países...» (Rodrigo, 31 años, psicólogo propietario departamento Barrio Lastarria)

No obstante, la cualidad de ser un *espacio cool* que se adjudica al emporio va a tener que ver con un ejercicio reflexivo del nuevo residente y usuario barrial este verdadero «consumidor urbano» que compara la puesta en escena del emporio con la de otros locales que aspiran al mismo reconocimiento que este. Es así como el concepto de mezclar diferentes tipos de espacios y temporalidades (lo antiguo y lo posmoderno) es «leído» dependiendo el usuario, como un «espacio cool» o como un espacio «demasiado producido» que no logra generar la distinción deseada, la connotación de consumo adecuado que connota «lo cool»⁶.

La propuesta inicial del Emporio La Rosa fue el instalar una tienda o puesto de venta de productos *estilo gourmet* o *delicatessen* enfocada a los nuevos residentes del barrio, particularmente al sector de arrendatarios o propietarios que se ubican en frente al Forestal en la glamorosa calle Ismael Valdés Vergara. No obstante, es la venta de helados artesanales de curiosos sabores la que logra configurar la identidad de marca del emporio constituyendo a este en un polo de encuentro de «la gente del barrio» particularmente en la temporada de primavera y verano, y los fines de semana. El emporio, a pesar de su aparente selectividad, en la práctica atrae a un público diverso de diferentes grupos etarios y estilos que de algún modo recoge la heterogeneidad/homogeneidad de un barrio sujeto a fuertes procesos de transformación en donde conviven tanto las generaciones de gente adulta mayor, en su mayoría mujeres solas presumiblemente viudas, que se quedaron en el barrio y no migraron al sector oriente de la ciudad, con los nuevos grupos de residentes jóvenes y adultos jóvenes, que protagonizan el «regreso al centro urbano».

Pero otro nivel de análisis al cual se puede someter al espacio emporio tiene que ver con como su diseño y ordenamiento (re)presenta –o intenta actualizar– la experiencia de diferentes culturas de consumo que coexisten en el imaginario del nuevo residente. En efecto, una primera mirada al diseño y la estética del espacio interior del Emporio La Rosa nos plantea la conjunción de signos que intentan evocar la temporalidad de antiguos usos e imágenes de consumo urbano que responden a diferentes temporalidades.

A partir del rescate de la estética y las imágenes de los primeros almacenes de las culturas urbanas de comienzo de siglo XX hay también una búsqueda de autenticidad, un volver a las raíces y los inicios de la cultura urbana. No obstante, lo que se esperan sean signos distintivos son también imágenes estandarizadas, ya que se trata de afiches y posters que circulan en el mercado de las imágenes de lo auténtico y de lo antiguo y que pueden ser hoy fácilmente adquiridos y comprados on-line por Internet⁷.

Se trata de la reproducción serial de imágenes que si bien denotan una visión cosmopolita y en cierto modo elitista del diseño, a la vez constituyen un *cliché*, ya que se trata de un universo de imágenes que son relativamente accesibles para todos los diseñadores, siendo parte de la decoración de un gran número de locales que como La Rosa buscan reivindicar o actualizar en el presente los resabios de las primeras culturas del consumo modernas. En definitiva, todos estos cuadros representan signos de un imaginario de una cultura de consumo urbana a escala barrial, cara a cara. Estas marcas de distinción a su vez desmarcan al Emporio de la estética y diseño de lo masivo como podría ser el de otro tipo de negocio que en oposición a la escala barrial asume una imagen de masividad y despersonalización como el del supermercado o el del Mc Donald's.

Otro elemento que destaca es la contraposición de temporalidades que plantea las condiciones de trabajo de este negocio. Por un lado la atención personalizada cara a cara concepto central en la propuesta del emporio contrasta con la presencia solapada de elementos que pertenecen al imaginario de otros espacios de consumo posteriores al consumo a escala barrial. Por ejemplo el concepto de atención en serie que demarca un tablero electrónico proveniente del universo del supermercado es reinstalado en el universo del almacén posmoderno para organizar la atención cuando la demanda de helado y otros productos deviene masiva y rompe el ideal de atención personalizado cara a cara. La articulación de estos y otros detalles asociados al espacio constituye al Emporio La Rosa como un espacio híbrido ya que además de ser una heladería reúne los significantes de un café, con mesas en su interior y afuera en una especie de U invertida que le permite ocupar como espacio público una pequeña plazuela donde caben un número inferior a diez mesas, y de un almacén, ya que en su interior en un pasillo interior al costado derecho se ubican las *delicatessen* como mermeladas, té importado y aliños, y detrás del mostrador

de helados, los productos cotidianos como la leche, el aceite, las servilletas y la toalla nova, Inmediatamente al lado del mostrador en una cesta se re-incorporan como significativo los productos distintivos ofreciendo pan con aceitunas y pan integral, al lado de un dispensador donde se encuentra el queso y las empanadas de horno, junto con otros «productos cotidianos».

El «redescubrimiento de la cultura de los café» en José Miguel De la Barra

Los «latte coffee» (Brainworks, Café Concepto, y otros) que emergen como parte del paisaje de José Miguel De la Barra a comienzos de dos mil, (re)instalan en la ciudad un hábito urbano popularizado y masificado por los mass media globales como parte de las prácticas urbanas propias de las elites urbanas cosmopolitas de las grandes metropolis tanto europeas como norteamericanas. Es así como los locales y tiendas de anticuarios que caracterizaron el sector dejan paso a estos nuevos locales de venta de café cuya estética y diseño imita en parte la estética gentrificada de otras culturas urbanas como la neoyorquina. Es en ese contexto que se desarrolla el expendio de un café estilizado en donde se ofrece una amplia carta de cafés desde el capuccino a cafés internacionales o mezclas de chocolate con café.

La rutina que establecen los cafés tiene relación con los cánones de la vida urbana que marcan el carácter actual de la vida del barrio, que determinan que este también sea en sí mismo un escenario de flujo y consumo cultural. Los días de semana su uso frecuente tiene relación con los oficinistas y trabajadores que atraviesan el centro, junto con los residentes, no obstante también se encuentran asociados a un uso distintivo por parte de otros grupos urbanos, de los cuales es posible distinguir la apropiación diferenciada de una elite de artistas junto con el uso que hacen de ellos la población gay que vive y se desplaza en tanto usuaria hacia el barrio los días de fin de semana.

En ese contexto uno de los cafés distintivos que marca una frontera identitaria particular es el Café Brainworks, ya que partiendo de un proyecto de tienda de diseño evoluciona a ser un latte coffee que es reconocido como un espacio de consumo cultural que es apropiado por la cultura gay que reside o visita recurrentemente los fin de semana el Barrio Bellas Artes.

BW o Brainworks es un local que parte en 2002 como un proyecto cultural más amplio. Creado por tres socios licenciados en arte, con el interés de recuperar

mobiliario moderno y «re-funcionalizarlo» para su uso contemporáneo o posmoderno, lo que en un comienzo constituye una tienda de diseño de muebles se convierte poco a poco en un café. Como plantea la declaratoria de principios de brainworks: «*El interés inicial del que surge BW DI proviene de la investigación realizada por sus fundadores en torno a las producciones artísticas y culturales de la modernidad del siglo XX, particularmente en Arte Contemporáneo Chileno, con la intención de establecer las relaciones necesarias entre modernidad y racionalidad, así como entre vanguardia y contemporaneidad. Bajo esta perspectiva, tanto el mobiliario moderno como los objetos industriales son parte de las definiciones de los contextos culturales de representación de un sistema social determinado*» (web www.brainworks)

Como plantean algunos de los usuarios del café su producción como espacio híbrido que mezcla una tienda de diseño con un café estilizado reúne a un público particular que conjuga y articula en sí un mismo perfil profesional asociado al diseño y el arte, con similares gustos musicales, indumentarios y estéticos.

Otros conceptos distintos al Brainworks lo plantean los «cafés culturales» como el Café de las Artes y el Café De la Barra ubicado al lado de la tienda de merchandising de la revista The Clinic. En el caso del Café De la Barra hay una aspiración de ser un café que connota un estilo más asociado al mundo progresista e intelectual, sensibilidad que de una forma más exclusiva también se encuentra presente en el Café de Las Artes, ubicado al frente del De la Barra, al otro lado de la calle, en la esquina de José Miguel De la Barra con Monjitas.

En el caso del café De la Barra en términos de diseño se reiteran ciertos motivos patrimoniales que a diferencia del Emporio La Rosa radican en fotos antiguas de edificios y esquinas emblemáticas del Barrio Bellas Arte como el edificio Santa Lucía – o «la Nave» como coloquialmente se denomina al antiguo edificio construido por el destacado arquitecto Sergio Larraín, que ubicado frente al cerro Santa Lucía en Merced con José Miguel De la Barra, es denominado así por su forma que asemeja un barco. También «decora» el café otro edificio de corte patrimonial, reseñado en la declaratoria de Zona típica que se encuentra ubicado entre Monjitas y Santo Domingo

Otros referente de distinción dentro de esta construcción de diferencias en torno al consumo del espacio cultural del café tiene relación con las oposiciones entre lo cool y lo recargado, lo kitsch y lo sobrio. Es así

como en el caso de los cafés algunos usuarios distinguen y asocian al «latte coffee» a «espacios recargados» en cuanto a su diseño, optando por espacios que representan un modelo más sobrio, como Café Mosquito, oponiendo en su distinción estilos o tipos de cafés que tendrían como referente culturas urbanas y temporalidades distintas, contraponiendo la imagen del café barcelonés al café porteño de Buenos Aires o aun café parisino, confrontando espacios de consumo postmoderno a espacios de consumo propios de la primera modernidad, y de las primeras décadas del siglo XX.

V.2 Una primera aproximación a los estilos de vida del nuevo residente del antiguo centro urbano

Un segundo nivel de aproximación a los estilos de vida lo plantea el análisis de las experiencias residenciales de la nueva generación de residentes del barrio. Dichos testimonios visibilizan el entrecruzamiento en un mismo territorio de diferentes posiciones de sujeto que tienen relación con la permanencia o transitoriedad con que proyectan vivir en el barrio como nuevos habitantes y consumidores de lo barrial. A continuación presentamos cinco casos de nuevos residentes que representan diferentes opciones residenciales que conviven en el barrio⁸.

Rodrigo, psicólogo de 31 años vive hace un año en un departamento ubicado en calle Estados Unidos con Namur, cuya propiedad era de su abuelo, hace como un año vive en él sub-arrendando a su vez el departamento a dos jóvenes estudiantes extranjeras y un joven profesional chileno: «...los cuatro somos profesionales, uno es abogado que trabaja en el gobierno, yo trabajo como free-lance en proyectos, hay una antropóloga norteamericana que ahora se va a Columbia y una chica norteamericana especialista en Latinoamérica que trabaja en un diario que se llama Santiago Times que es un diario con noticias en inglés acerca de Santiago que sirve de insumo para los gringos y para las empresas...»

Por su parte Claudia de 40 años, historiadora que viene llegando de un Doctorado en Inglaterra vive en un antiguo edificio ubicado en la calle Paulino Alfonso, departamento que acaban de comprar directamente a un antiguo residente del barrio. En un contexto en donde la mayoría los nuevos residentes viven solos o arriendan entre amigos, Claudia representa a una minoría de residentes que vive en familia ya que vive con su mari-

do un economista joven y con su hija de ocho años: «nosotros queríamos en el centro eso lo teníamos super claro, entonces teníamos que buscar en el centro y queríamos algo antiguo porque sabíamos que los departamentos más antiguos son más grandes, tenían más espacio y nosotros teníamos una niña entonces buscamos en el centro y el Parque Forestal nos gustaba y encontrábamos que era entretenido y el departamento que fuimos a ver si bien estaba bien a maltraer nos gustó»

Juan Pablo, de 40 años, es un reconocido escritor e intelectual del movimiento gay chileno, que vive al costado del Museo de Bellas Artes de Santiago que da origen al denominado Barrio Bellas Artes. Él desde hace ya casi una década y media establece su residencia en diferentes espacios tanto de Lastarria como Bellas Artes. Para explicar lo que le atrae de vivir en el barrio alude a la noción de «frontera» pensando el barrio y su articulación con Santiago Centro como una zona de límites porosos en donde coexisten diferentes identidades que se encuentran en movimiento en un mismo espacio urbano. En «este barrio» se viviría la posibilidad única de observar un escenario en donde lo nuevo está aconteciendo no bajo la etiqueta de lo puro sino de la mezcla de diferentes estilos y modos de vida: «...me parece que el lugar en que estoy viviendo hoy día es un espacio de frontera ...estoy buscando lugares que yo pueda habitar para darme cuenta de hartas cosas y en ese sentido yo pienso que todo este sector está completamente mestizado y mezclado entre la cultura y la aspiración y todos los otros espacios entre las maricas, los cool, entre los electrónicos entre todos los convivientes de este espacio e incluso entre los lanzas...» (Juan Pablo, 40 años, escritor y militante del movimiento gay)

Francisco, abogado de 45 años, soltero vive a lo menos hace quince años en el barrio, posee un departamento frente al Bellas Artes, que da a un costado del parque Forestal el que actualmente arrienda a una pareja gay de abogados, mientras vive en otro departamento que es de propiedad de su familia, que se haya ubicado en calle Santa Lucía frente al cerro: «...era un edificio de muy buena calidad, muy bien mantenido... yo entré al departamento y me enamoré del departamento que no tiene ningún lujo ninguna cosa muy especial pero tenía una luminosidad que a mi me encantó y un cierto trabajo en los detalles que lo hacía como de apariencia como pensado para ser vivido eso me gustó... un edificio maravilloso, ese edificio (Edificio Plaza

Bello, ubicado al costado de Ismael) *tiene cincuenta años, pero cincuenta bien llevados...*»

En el caso de los arrendatarios, encontramos también diferencias entre un arriendo que se reconoce provisional y vinculado al trabajo y otro que es prolongado y que se plantea como meta proyectarse en el tiempo. Marcelo de 33 años periodista de un diario de circulación nacional arrienda en la cotizada calle José Miguel De la Barra. Su opción residencial tiene que ver con la cercanía que tiene el barrio de su lugar de trabajo recibiendo la información sobre precios y departamentos directamente de una red de amigos, en su mayoría periodistas, que también han arrendado previamente en el sector: «...y bueno gracias a los contactos que tenía con mi gente surgió la posibilidad... una amiga que se estaba cambiando me ofreció dejarme el departamento que ella estaba arrendando lo que entre nosotros entre los amigos decimos que es heredar, una especie de herencia de departamentos lo cual implica una serie de comodidades porque no tienes que pagar el mes de garantía, te mantienen más o menos el mismo contrato original y así es como yo llegué a Ismael Valdés Vergara, al edificio Bella Epoca (...) después básicamente uno se va trasladando del barrio de acuerdo a las exigencias, después de Ismael Valdés a la calle Mosquito y ahora a José Miguel De La Barra...» (Marcelo 33 años, periodista, arrendatario José Miguel De la Barra)

La opción residencial de vivir en un barrio del centro de la ciudad se articula con un estilo de vida «juvenilizado», que tiene en común un mayor acceso al consumo y un capital cultural que le permite al nuevo residente disfrutar ya la vez descubrir una vida urbana que no se circunscribe sólo al barrio sino que se amplía al uso más amplio del centro y de la ciudad: «... yo he vivido toda mi vida en Ñuñoa, soy ñuñoino y me encanta Ñuñoa, pienso que es el mejor barrio de Santiago pero ahora que vivo acá me he dado cuenta de que Ñuñoa es el mejor barrio de Santiago pero del punto de vista de la familia, pero yo como me considero joven aun, de 31 años adulto-joven, para mi este barrio es insuperable, la oferta de diversas posibilidades de entretenimiento, de cultura, de conectividad con la ciudad... como que muchos intereses del adulto-joven en que en este barrio como que podís en este barrio desarrollarte como super bien...» (Rodrigo, 31 años, psicólogo propietario departamento Barrio Lastarria)

Por otro lado, para una generación de jóvenes profesionales progresistas o de corte liberal de una situación económica más consolidada el barrio le aporta en

un entorno de diversidad cultural acorde con su estilo de vida: «acá todavía me siento joven, tengo 40 cachai, no me siento muy distinta al vecino cachai, porque hay más movimiento, hay más fluidez, hay más diversidad... yo me siento así cuando yo veo más gente distinta y me gusta la gente joven además, soy empática con la gente joven, no le tengo adversión, me gusta, la encuentro más loca, con más energía...» (Claudia, 40 años, historiadora, nueva propietaria departamento Barrio Lastarria)

Un atributo que los nuevos residentes valoran del barrio junto a la diversidad cultural tiene relación con su carácter eminentemente urbano que hace que sea un territorio que no se cierra al flujo y movimiento que representa la vida de la ciudad. En ese sentido lo que se rescata y en cierta modo se «descubre» desde el tramo más joven de los residentes es la experiencia de vivir a gran escala lo urbano pudiendo acceder en forma no restringida y fragmentaria a la experiencia de una ciudad que provee a partir de la pluralidad de sus espacios todos los usos demandados por un habitante joven: «es super importante ir en la semana a pié a la Vega, me voy a pié, me demoro 12 minutos... voy siempre a los supermercados chinos a comprar cuestiones, voy al mercado central a comprar pescado no sé, tenis Bellavista para carretear, tenis el centro de Santiago, que a mi me encanta ir al centro y caminar por entre las personas... para mi es un barrio que está lleno de movimiento, tu le podís tomar el pulso a la ciudad... tú le puedes tomar el pulso a la ciudad estando aquí, veís la velocidad del cambio de la ciudad realmente, te preocupai de esos temas... pa`mi...» (Rodrigo, 31 años, psicólogo propietario departamento Barrio Lastarria)

Para Claudia de una generación mayor, lo que rescata no es la arquitectura, o «lo cool» de un consumo cultural sino el privilegio de vivir en un «barrio amable», en contraposición a una imagen de guetto asociada a otras propuestas residenciales: «...este barrio me parece que es un barrio en que ojalá todo Santiago fuera así, porque me parece amable, yo no quiero las casas con piscina y con perreras, tampoco me parecen que son amables, me parecen que son super inhóspitas en general como idea, en cambio esto a mi me parece que es humano, cachai, edificios con espacios razonables cerca de plazas, institutos culturales, bares y restaurantes, el mercado también la vega, yo creo que son también lugares de encuentro de clase también que yo creo es importante como cable a tierra ya que o sino realmente vives en guettos y eso a mi me da temor, me asfixia...»

(Claudia, 40 años, historiadora, nueva propietaria departamento Barrio Lastarria)

Para Francisco el valor patrimonial reside precisamente en como se refleja en su arquitectura y forma, un cierto «carácter urbano». Entonces el valor patrimonial del barrio pareciera residir más que en la presencia de hitos arquitectónicos individuales, en la conservación de una cierta continuidad y armonía como conjunto en su morfología: «*un segundo atributo esta dado por una cierta homogeneidad espacial, no se trata de un barrio de particularmente construcciones patrimoniales porque la verdad es que si uno lo revisa con atención no hay grandes construcciones patrimoniales pero sí hay una cierta homogeneidad, una cierta posibilidad de definirlo en función de su arquitectura, es decir uno podría decir que uno camina aquí por un barrio de fachada continua, por un barrio de una altura media, por un bario que tiene árboles, por un barrio que de alguna manera ha ido reconociendo al peatón como un actor preponderante...*» (Francisco 45 años, abogado, residente Barrio Bellas Artes)

Según la percepción de nuestros entrevistados más antiguos, el fenómeno del nuevo residente se trataría de un repoblamiento estacional de los barrios que coincide con un período de la vida de la juventud de la clase media acomodada, que si bien recupera el uso del centro de la ciudad como una experiencia relevante en sus vidas sigue contemplando como parte de su proyecto de vida el modelo de la casa familiar: «*yo creo que la gente que las hereda las vende, yo creo que la gente que está interesada en comprarlas es gente de otra generación... puede ser un nieto... pero yo creo que en general es gente que se va a ir cuando se case y tenga hijos... porque yo creo que las exigencias sociales, porque igual vivir acá es caro... entonces tu podrías vivir lo mismo en una casita con pasto, con perro, con gato con piscina... con parroncito con una cosa para hacer como asados, con quincho y todas esas cosas que usan los matrimonios y es parte de lo que se constituye como la familia de clase media*» (Claudia, 40 años, historiadora, nueva propietaria departamento Barrio Lastarria)

Esto lo reafirma Marcelo al apreciar su permanencia en el barrio como provisoria, en comparación con el deseo de tener una propiedad en el campo con su futura familia: «*...mi permanencia es estacional, no voy a comprar acá, por mi origen yo quiero vivir fuera de la ciudad, tener un pedazo de tierra que tu puedas decir que es tuyo, cultivarlo que tus hijos puedan crecer en ese ambiente o no rodeados de paredes o rodeados*

de autos, básicamente la tranquilidad... en ese momento el Barrio Lastarria se va a convertir en un lugar turístico para mi porque probablemente voy a venir...»

Para Rodrigo el barrio cumple una función de rito de paso, en el sentido de ser un espacio que recibe a las parejas jóvenes que exploran por primera vez la convivencia y el vivir juntos: «*... yo nunca veo un niño, este es un barrio en que no hay parejas con hijos, hay mucha parejas pero no hay parejas con hijos, yo creo que este barrio es como para una pareja que se está como recién cimentando venirse para acá antes de conformar familia es como ideal porque lo van a pasar super bien porque ambos van a tener como espacios para cada uno, es como un barrio que tiene cosas, posibilidades de desarrollo de tú como un bien individualmente pese a que puedes estar en pareja, por ejemplo tu mina puede así hacer un cuento no sé al cine y tu te podís ir a comer con los amigos o ir a ver... yo por ejemplo me voy a pasear al centro, paseando por el centro me entretengo cuando estoy aburrido de estar en la casa...*» En ese sentido sería un espacio de exploración de un nuevo de vivir en pareja en donde se combina el compartir el tiempo como pareja con la construcción de espacios de tiempo diferenciados para cada uno/a.

Otro tema que parece relevante es la percepción del vínculo que establecen los residentes entre sí el que es descrito como el de un encuentro tangencial, no reiterado como el tradicional vínculo vecinal sino como un vínculo que se establece en los espacios de abastecimiento y de consumo local: «*... el comercio para mí es lo que le da el cuento al barrio porque es donde tu te encontrarai, este es un barrio donde hay poco encuentro con los vecinos, hay super poco encuentro con los vecinos, es un barrio en que los horarios de las personas hacen de que tu te encontrarai como de paso en la calle con las personas, no hay un ceunto de vecindario fuerte así como clásicamente el vecindario como hola vecino como está pero hay un vecindario más bien en términos de estilo, de vida... en los estilos hay harto de las parejas jóvenes sin hijos... y también de hartos cabros chilenos arrendándoles a personas de otros países...*» (Rodrigo, 31 años, psicólogo propietario departamento Barrio Lastarria)

Para Juan Pablo la renovación de Lastarria y Bellas Artes coincide con un período de declive del barrio histórico asociado a la vida intelectual, el que es re-descubierto por un sujeto mono-familiar, que articula su subjetividad en torno a lo público y no a lo íntimo. Es en ese marco más amplio que Juan Pablo comprende el

lugar que asume actualmente «lo gay» dentro del barrio como parte de una articulación o cruce de la identidad sexual con otros estilos de vida, siendo «lo gay» un plus y un aporte para el modo de vivir la ciudad que representa el barrio, lo que hace que también sea un elemento rentable y manipulable por parte de los actores que producen el espacio: «... *el que dice que es un barrio gay no está entendiendo que el lugar está bastante más traficado, yo creo que efectivamente hay un aparente imaginario traficado gay en este espacio, pero es un espacio que está mediado por flujos culturales diversos, no es un espacio netamente gay sino que está mediado por distintos tipos de consumos culturales, y en ese sentido hay un cruce, pero también me parece mucho más interesante por eso, porque de alguna manera lo gay le da un tipo de rentabilidad cultural, o sea no es solamente lo gay por lo gay sino que lo gay articula una rentabilidad cultural que los otros aprovechan, y que por otro lado otras tribus articulan otro tipo de lugares... yo creo que lo que pasa es que efectivamente hay una convivencia de distintos tipos de cultura o de subjetividades de vivir en la ciudad...*» (Juan Pablo, 40 años, escritor y militante del movimiento gay) Siguiendo lo planteado por Juan Pablo, en Lastarria, y –fundamentalmente– en Bellas Artes no existiría un «barrio gay» sino una cultura urbana en donde «lo gay» tiene lugar, al articularse con otras identidades asociadas a consumos culturales distintivos como los que contemplan estilos de vida urbanos asociado a un consumo cultural sofisticado, a un gusto musical asociado a la música electrónica, y a un perfil profesional artístico (diseñadores de moda, de muebles).

VI. Conclusiones

La observación de los nuevos espacios de consumo cultural y su inserción en la vida cotidiana del nuevo residente de Lastarria/Bellas Artes releva la irrupción en la cultura urbana santiaguina de una lógica de distinción que atravesada por el cruce entre identidad y consumo se territorializa en el uso y significación que se adjudica a espacios de consumo que a su vez remiten a otros espacios o modelos de vida urbana que tienen como referente una imagen de ciudad cosmopolita.

La aproximación a los espacios de consumo cultural descritos nos plantean una nueva geografía de espacios tensionados en términos de reunir y mezclar en forma híbrida usos tanto públicos como privados. Es posible advertir las doble y triples significaciones que

potencialmente adquiere un espacio que puede ser ocupado como almacén y café a la vez o como café y tienda de diseño. En ese sentido encontramos la presencia de espacios que son espejo en su misma precariedad o hibridez de los procesos de transformación que modifican las oposiciones estandarizadas entre lo que es público y lo privado, o entre lo que es alternativo y lo que es masivo, como también de la movilidad y fluidez en el uso de espacio que caracteriza a los usuarios más jóvenes del barrio. En ese sentido pueden ser «leídos» como «espacios liminales» (Zukin, 1991) o en transición en donde se mezclan ambiguamente y sin definirse usos tradicionales a nuevos usos y apropiaciones posmodernas. Esta misma hibridez se reitera en los públicos de los espacios que a pesar de definir zonas distintivas como la de los cafés asociados al mundo gay (José Miguel De la Barra), articula también la mixtura de identidades en espacios como el emporio en donde se congregan tanto jóvenes como adultos, heterosexuales como homosexuales, residentes como usuarios/consumidores del espacio, tanto turistas como *flaneurs urbanos*.

Por otro lado, es posible visibilizar la consolidación de una nueva lógica empresarial que articula la rehabilitación de espacios para la cultura con la articulación de una lógica de «empresariamiento cultural» que da cuenta de cómo los estilos de vida también forman parte de una nueva economía simbólica que tiene como usuarios tanto al turista como al público urbano que opera como un turista interno cuyo consumo cultural de elementos distintivos como comida, libros, vinos y obras lo conecta con una experiencia cultural de lo global. Este último punto plantea la interrogante de qué forma esta resignificación de la autenticidad de lo barrial, urbano, y lo local en códigos de lo global responde a una particular demanda de identidad por parte de nuestra nueva clase media emergente que producto del modelo modernizador surge y se establece requiriendo identificarse y distinguirse mediante el uso y apropiación de nuevos significantes que respondan a la imagen que proyecta lo chileno en el imaginario de lo global.

Por su parte los testimonios de los nuevos residentes permiten constatar que detrás de la producción y puesta en escena de estilos que desarrollan las múltiples identidades generacionales y sexuales, que ocupan y comparten el territorio abordado, existe una cierta electividad y «reflexividad estética» (Lash & Urry, 1998) que les permite discriminar acerca de qué es y no es lo adecuado en el consumo. En ese sentido observamos sujetos urbanos que manejan a partir de la fusión de su

experiencia biográfica –su conocer y haber estado real o imaginariamente en otros lugares y culturas urbanas-, y su capital cultural, cánones y parámetros de lo que es adecuado o correcto en el consumo, los que tienen relación con lo que es nuevo, lo novedoso pero a la vez no exageradamente producido, lo espontáneo, lo «auténtico» o lo que connota «autenticidad», que es definido en términos de la política de los estilos como «lo cool».

Cabe preguntarse en qué sentido en las prácticas de consumo asociado a los procesos de renovación poblacional de los barrios como Lastarria y Bellas Artes constituyen una política de identidad por parte de un sector de los «consumidores» de espacios céntricos patrimoniales, en tanto forman parte de minorías sexuales o grupos intelectuales o artísticos que se apropian de espacios de consumo distintivo como los emporios y los «latte coffee». Para indagar estas nuevas significaciones del consumo urbano, se hace necesario describir y caracterizar las prácticas en interrelación con los distintos contextos culturales en donde estas prácticas se inscriben, ya que dichos marcos o contextos son los que prescriben el comportamiento adecuado a seguir por los protagonistas del espacio, proporcionando a los actores de esta escena urbana un «guión cultural» que hace que tengan sentido sus prácticas al interior de contextos identitarios distintivos. En el caso del escenario en observación encontramos una pluralidad de marcos culturales que muchas veces se articulan unos con otros.

A modo de ejemplo podemos plantear que la pertenencia o no a una cultura profesional-progresista se articula con la efectividad de nuevas y más sofisticadas articulaciones entre los géneros, representadas por las exploraciones de las parejas jóvenes que eligen vivir solas haciendo del compartir la vida urbana y su estilo de vida parte importante de la energía que los une convirtiendo sus vínculos también en un nuevo tipo de sociedad, que se concerta, a lo menos provisionalmente, más allá de lo reproductivo para disfrutar del vivir juntos en un entorno propicio. Por otro lado, la afinidad con una cultura artística global, se articulará también con las fronteras identitarias que demarca una identidad más abierta al cambio y la exploración como la lésbica o gay, o con una identidad creativa pero bien remunerada en prestigio como la que se propone el diseñador y el escritor. Todas estas prescripciones que operan y determinan la elección de un modo de vida céntrico por parte del nuevo residente, sumadas a la estabilidad del crecimiento económico que garantiza el

acceso al consumo de las nuevas elites de la economía de servicios plantean la posible continuidad de estos estilos de vida en el centro urbano y su probable permanencia en el barrio, y su expansión a otros espacios del centro de Santiago. Más allá de la exploración vivencial asociada a la vivencia de una expandida juventud por parte del tramo más ilustrado y pudiente de la nueva clase media, el retorno de las nuevas generaciones al centro de la ciudad pareciera ser una realidad a considerar como una oportunidad para la ciudad, para acoger y crear una nueva y más diversa cultura urbana.

Notas

¹ Dos excepciones dentro de esta tendencia las constituyen los estudios de Contreras (2005) sobre el barrio Brasil-Yungay y Sepúlveda (2005) sobre Cerro Alegre y Cerro Concepción.

² Como plantea Zukin (1998), este nuevo tipo de consumo urbano intensifica la competición entre «capitales de cultura» por la inversión de dólares turísticos, boutiques y firmas de alto precio, individuales y eventos mediáticos que tengan un efecto de innovación cultural. Las estrategias culturales del resurgimiento económico toman muchas formas, desde el estímulo a la preservación histórica (la industria del patrimonio) para crear nuevos museos y zonas turísticas hasta la turistificación y la promoción de procesos de gentrificación. Para Zukin estas estrategias representan «un giro cultural» en las avanzadas sociedades industriales y una correspondiente inflación de la producción de imágenes.

³ A modo de referencia la noción de políticas de identidades se sitúa en el debate contemporáneo sobre la identidad en contextos de globalización y en el marco del postcolonialismo y los estudios culturales.

⁴ La Ley de Donaciones Culturales o Ley Valdés es el principal incentivo tributario que existe en Chile para que los empresarios privados o profesionales liberales entreguen a artistas, productores y otros agentes de la cultura, donaciones, obteniendo a cambio una franquicia tributaria, que pueden descontar en forma anual de su Impuesto a la Renta.

⁵ Nos referimos a la página web www.elobservatorio.cl, donde se presenta la propuesta y misión del Observatorio.

⁶ Retomando a Zukin, podríamos señalar que el predominio de una lógica de mercantilización de la cultura inspira nuevos códigos de diferenciación como el de «lo cool»: «la preeminencia de las industrias culturales también inspiró nuevos lenguajes que negocian con la diferencia. Estos ofertan codificados sentidos de discriminación, un matiz al dominante discurso de la demo-

cratización. Los estilos que se desarrollan en las calles son incorporados a través de los mass media, especialmente lo fashion y los magazines de «música urbana» y MTV, donde divorciados de su contexto social, ellos devienen en imágenes de lo cool» (Zukin, 1995: 9)

⁷ La mayoría de los cuadros aparecen promocionados para la venta on-line en sitios como allposters.es promocionado como la tienda de láminas más grande del mundo, o art.com.

⁸ Cabe señalar que un fenómeno que atraviesa la ocupación del territorio tiene que ver con las características particulares que asume la demanda de vivienda por parte de las nuevas generaciones de residentes. Por un lado, tenemos el caso de las residencias nuevas constituidas por edificios que se arriendan o venden, y por otras la demanda de viviendas antiguas como arriendos. Por otro lado, para comprender la lógica neoresidencial se hace necesario distinguir entre el propietario y el arrendatario, y dentro del propietario el que es un nuevo propietario porque de alguna forma hereda la propiedad por parte de su familia o el que compra la propiedad a un antiguo residente del barrio.

Bibliografía

- APPADURAI, Arjun 1991 *La vida social de las cosas*, Editorial, Grijalbo, México.
- BALLART, Josep 1997 *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Editorial Ariel, España.
- BARBERO, Jesús Martín 1987 *De los medios a las mediaciones*. Ed Gili.
- BAUMAN, Zygmunt. 2000 *De la ética del trabajo a la ética del consumo* en Trabajo, Consumismo y Nuevos Pobres, Gedisa.
- _____. 2003. *Modernidad Líquida*, FCE, Buenos Aires.
- _____. 2004. *Amor Líquido. Acerca de la Fragilidad de los Vínculos Humanos*. Fondo de Cultura Económica (FCE). México.
- BECK, Ulrich. 2001. *La sociedad del Riesgo: Hacia una nueva modernidad*. Paidós Ibérica S.A.
- BOURDIEU, Pierre. 2003. *Las estructuras sociales de la economía*. Editorial Anagrama.
- _____. 1998 [1979] *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Ed Taurus, España.
- _____. 1990 *Sociología y cultura*. Ed. Grijalbo, Ciudad de México, México
- BOZON, Michel 2002. *Sociologie de la Sexualité*. Nathan Editions. Paris. N° 128.
- BRENNER, Neil. 2003 La formación de la ciudad global y el re-escalamiento del espacio del Estado en la Europa Occidental post-fordista. *EURE (Santiago)*, vol.29, no.86, p.05-35. ISSN 0250-7161.
- BROOKS, David 2001. *BoBos en el paraíso*, Ed Grijalbo, Mondadori, Barcelona España.
- BUTLER, Judith. 2006 [2004] *Des-hacer el género*. Paidós Estudio 167, Barcelona, España.
- CARRIÓN, Fernando 2005 *Los Centros Históricos en la era digital en América Latina, en Ciudades Translocales: espacios, flujo, representación. Perspectiva desde las Américas*; Reguillo Rossana & Godoy Marcial editores, ITESO-SSRC
- CONTRERAS, Yasna. 2005 *Dinámica Inmobiliaria en el Programa de Repoblamiento. Un análisis a los efectos urbanos y sociales. Casos de Estudio. Barrios Brasil y Yungay*, PUC, Facultad de Arquitectura, Diseño y Estudios Urbanos, Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales.
- DE MATTOS, Carlos; RIFFO, Luis, YAÑEZ, Gloria & SALAS Ximena 2005 *Reestructuración del mercado metropolitano de trabajo y cambios socio territoriales en el Gran Santiago*, Informe Final Proyecto Fondecyt 1040838, Santiago, Chile.
- DE SINGLY 2006 *Una doble vía para cada uno*, traducción de Irma Palma en www.sexualidadysociedad.cl
- _____. 2000. *Libres Ensemble: L'individualisme dans la vie commune*. Nathan, Paris.
- EWEN, Stuart 1991 *Todas las imágenes del Consumismo*, Editorial Grijalbo.
- FEATHERSTONE, Mike 1990 *Consumer culture and postmodernism*, London: Sage.
- _____. 1995 *Undoing culture*, London: Sage.
- FEIXA, Carles. «Generación @La juventud en la era digital». Revista *Nómadas*. Universidad Central. Bogotá. Colombia. 2000.
- FLORIDA, Richard 2002 *The Rise of The Creative Class*. Basic Books.
- FORREST, Ray & KEARNS, Ade 2001 «The Social Cohesion, Social Capital and the Neighbourhood» en *Urban Studies*, Vol. N°38, N°12, 2125-2143.
- GARCÍA, L 2001 Elitización: propuesta en español para el término gentrificación. En *biblio 3W. Revista bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona, España. Universidad de Barcelona.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor 1999 «Los usos sociales del Patrimonio Cultural» en Aguilar Criado, Encarnación (1999) *Cuadernos Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. Paginas: 16-33.
- HALL, Stuart 2003 [1996]. «Introducción: ¿Quién necesita la 'identidad'? En: Stuart Hall y Paul du Gay (eds.), *Cuestiones de Identidad*. pp 13-39. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- HAMNETT 2003 Gentrification and the Middle-class Remaking of Inner London, 1961–2001 en *Urban Studies*, Vol. 40, No. 12, 2401–2426, November 2003
- HANNERZ, Ulf 1998 [1996] *Conexiones Transnacionales*. Cultura, Gente, Lugares, Editorial Frónesis Cá-

- tedra Universitat de Valencia, España. Jameson, Fredric 1991 [1984] *El Postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Paidós, Barcelona.
- JUDD, Dennis 2003 El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *Revista EURE* (Santiago), Aug, vol.29, no.87, p.51-62.
- KEARNS, Ade & PARKINSON, Michael 2001 «The Significance of Neighbourhood», *Urban Studies*, Vol. 38, No 12, 2103-2110.
- LASH, S. 1990 *Sociología del Postmodernismo*, Amorrortu Editores, España.
- LASH, Scott & URRY, John 1998 *Economías de Signos y Espacios. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Amorrortu Editores, España.
- LACLAU, Ernesto & MOUFFE, Chantal 2004 [1985] *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*, FCE, Argentina.
- LEY, David 2003 Artists. *Aestheticisation and the Field of Gentrification*, *Urban Studies*, Vol 40, N° 12, 2527-2544, November.
- LLOYD, Richard 2006 *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*, Routledge.
- LYONS, James 2005 «Think seattle, act globally». Speciality coffee, commodity biographies and the promotion of place, en *Cultural Studies*, Volume 19, Number 1, January 2005, pp. 14-34(21)
- MARCUS, George 2001 *Revista ALTERIDADES* N°11(22) pp 111-127.
- MARGULIS, Mario 1997 *La cultura de la noche*, Ediciones Biblos Buenos Aires.
- MARGULIS Mario & URRESTI Marcelo. 1998 La construcción social de la condición de juventud. En «*Viviendo a toda*». *Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Cubides; Laverde y Valderrama (Comp), Fundación Universidad Central, Siglo del Hombre Editores, Caracas.
- PALMA, Irma 2006 *Sociedad Chilena en Cambio, Sexualidades en Transformación*, Tesis Doctoral de Psicología, Universidad de Chile.
- PROPUESTA ZONA TIPICA Zona Santa Lucía-Forestal 2003 I. Municipalidad de Santiago.
- REICH, Robert 1993 *El Trabajo de las Naciones. Hacia el capitalismo del siglo XXI*. Ediciones Vergara.
- REVISTA CARAS 2006 «La Irrupción de los DINKY en Chile», N°476, Santiago.
- RIFKIN, Jeremy 2000 *La era del acceso, la revolución de la nueva economía*, Barcelona, Paidós.
- ROCCHI, Fernando 2002 «*Estilos de Vida*» en *Términos Críticos de Sociología de la Cultura*, Carlos Altamirano (director) Ed. Paidós.
- SANTOS SOLLA, Xosé 2002 Espacios disidentes en los procesos de ordenación territorial, en *Doc. Anàl. Geogr.* 40, 2002 69-104. Cfr. <http://ddd.uab.es/pub/dag/02121573n40p69.pdf>
- SARGATAL BATALLER, M. 1999 El estudio de la gentrificación. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona, n° 228, 3 de mayo.
- SASSEN, Saskia. 1999 *La ciudad global*. Nueva York, Londres, Tokio. Eudeba, Buenos Aires.
- SECCIONAL SANTA LUCIA-FORESTAL, Documento de Trabajo CORDESAN, 1997.
- SEPULVEDA, Juan Sebastián 2004 *Barrio, Comunidad y Patrimonio Cultural. Un estudio cualitativo sobre los habitantes de los cerros Alegre y Concepción de Valparaíso*, Escuela de Sociología, Universidad de Chile
- SUPLEMENTO PROPIEDADES EL MERCURIO 24 de Diciembre 2006.
- Suplemento Casa & Decoración, La Tercera, 24 de Marzo 2007
- URRESTI, Marcelo 2007 *Transformaciones de la Nocturnidad* en Escenarios Nocturnos, *Revista Acceso Directo* N°2, Centro de la Juventud de Rosario, Municipalidad de Rosario, Argentina.
- URRY, John 1995 *Consuming Places*. Routledge.
- VELTZ, Pierre (1999) *Mundialización, ciudades y territorio*, Ariel, España.
- YÚDICE, George 2003 *El Recurso de la Cultura*, GEDISA, España.
- ZUKIN, Sharon 1990 Socio-Spatial Prototypes of a New Organization of Consumption: The Role of Real Cultural Capital en *Sociology*, Vol. 24, No. 1, 37-56 (1990)
- _____ 1998 Urban Lifestyles: Diversity and standardisation spaces of consumption, en *Urban Studies*, Vol. 35, N°s 5-6, 825-839, New York.
- _____ 1995 *The Culture of Cities*, Blackwell Publishing, USA-UK.
- _____ 1991 *Landscapes of Power. From Detroit to Disneyland*. University of California Press; USA-UK.
- _____ 1989 [1982] *Loft Living. Culture and Capital in Urban Change*, Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey.