

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

Prácticas Cotidianas y Apropiaciones Culturales en Espacios Públicos.

Víctor Hugo Venegas Giacomozzi.

Cita:

Víctor Hugo Venegas Giacomozzi (2007). *Prácticas Cotidianas y Apropiaciones Culturales en Espacios Públicos*. VI Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Valdivia.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/vi.congreso.chileno.de.antropologia/62>

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

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>.

Prácticas Cotidianas y Apropiaciones Culturales en Espacios Públicos

Daily Practices and Cultural Approaches in Public Spaces

Víctor Hugo Venegas Giacomozzi*

Resumen

La ponencia que se presenta, nace de una aproximación empírica, a través del tránsito por espacios públicos y «seudopúblicos» que presentan como función central o secundaria el ser espacios donde ocurre intercambio comercial. Donde se ofertan y compran bienes y servicios: supermercados, malls, grandes tiendas, ferias libres, «negocios tradicionales», la calle, plazas, bares. Por otro lado, la búsqueda y la construcción de un tejido conceptual que resulte útil para contener e interpretar lo observado: Lo cotidiano, la vida cotidiana sucediendo, ocurriendo, a través de prácticas cotidianas que van delineando, dándole forma a la realidad social de una ciudad intermedia, de modernidad periférica

Palabras Claves: Vida cotidiana, espacios públicos, intercambios comerciales, antropología urbana.

Abstract

The communication that appears, has been established from an empirical approach, through transit by public and «pseudopublic» spaces which present as central or secondary function being spaces where takes place commercial relation. Where goods and services are supplied and bought: supermarkets, mall, great stores, free fairs, «traditional businesses», the street, places, bars. On the other hand, the search and the construction of a conceptual red that turns out useful in order to contain and to interpret the observed topic: The daily thing, the daily life happening, through daily practices that are delineating, giving form to the social reality of an intermediate city, of peripheral modernity.

Keywords: Daily life, public spaces, commercial relations, urban anthropology.

1. El presente neoliberal

Chile, es un país que en el contexto latinoamericano, ha fungido como «modelo» en la implementación de medidas neoliberales: aperturas, privatizaciones y «flexibilizaciones», entre otras. Todo comienza con la

intervención militar de septiembre de 1973, esta no fue un simple «cuartelazo». Fue una intervención institucional (de las FFAA y de Orden) orientada a reconstruir la sociedad chilena sobre nuevas bases económicas, sociales, políticas e incluso culturales. Se trató de un proyecto refundacional que logró finalmente transformar al país. El régimen autoritario, en medio de la represión directa desatada contra organizaciones sindicales, políticas, obreras, campesinas llegando a 2.279 víctimas de violación al derecho a la vida oficialmente reconocidas por el Informe Rettig (Comisión Nacional de Verdad y Reconciliación, 1991, vol. 2:887) comienza con la instalación, a contar de 1975, del modelo neoliberal con su promesa e inalcanzada meta de superar la desigualdad y derrotar a la pobreza.

Desde una perspectiva histórica, la conformación del Estado en Chile (Salazar y Pinto, 2002), a lo largo de sus dos siglos de vida independiente, ha sometido a la sociedad chilena por parte de sus elites dirigenciales a tres proyectos de modernización capitalista que han tenido distintos resultados económicos, políticos, sociales y culturales. En términos generales, los tres proyectos han fracasado en dar solución a uno de los principales problemas de la sociedad chilena, que por su magnitud y dimensión constituye, un mega-problema histórico: la desigualdad social. En efecto, tanto el proyecto de modernización oligárquica, impulsado por las elites agrarias, mercantiles, mineras y financieras durante el siglo XIX (1830-1930); el proyecto de modernización nacional-desarrollista, producto del pacto de dominación social interclasista: establecido a comienzos de la década de los cuarenta entre las clases propietarias agrarias, mercantiles y financieras, las capas medias y los sectores trabajadores; y, por último el proyecto de modernización neoliberal, instalado por el capital mercantil-financiero nacional e internacional desde 1973 hasta hoy: ninguno logró dar una solución efectiva a la desigualdad que atraviesa toda la historia del Chile independiente.

* Universidad de Los Lagos, Avda. Fuchslocher 1305 Osorno, vvenegas@ulagos.cl

Así, la sociedad chilena ha experimentado profundo cambios que se manifiestan en distintos ámbitos: incorporación a la modernidad como un vector básico de organización y desarrollo, cambios en los parámetros del éxito personal, el consumo como condición de estatus, liberalización del mercado de trabajo, economía abierta al mercado internacional, individuación de las relaciones sociales y doctrina de sálvese quien pueda, desvertebración del tejido social, se rompe el puente entre lo social y lo político, abandono de la disposición a la organización y a la participación, entre otras. Todos estos cambios se reflejan en el escenario de las ciudades y en la vida cotidiana del Chile de hoy.

El proceso de incorporación a la modernidad requiere de periodos temporales de larga duración, según J. Brunner (1985) en Chile este proceso se inició a fines de 1920 y se amplió y profundizó con posterioridad a 1964, alentadas por las políticas reformistas y de cambio social promovidas por el Gobierno demócrata cristiano, las que rompen con las condiciones de preservación y de reproducción de las instituciones culturales y de los modos de interacción social identificadas con la cultura tradicional.

Entendemos por procesos de incorporación de la modernidad a profundos cambios culturales altamente imbricados entre sí y que van a configurar un «movimiento de época». Estas transformaciones culturales ocurren en dos dimensiones: en procesos de producción transmisión de sentidos que construyen el mundo simbólico de los individuos y la sociedad y la permanente producción de sentidos a nivel de las relaciones cotidianas en que los sujetos se ven envueltos con otros y consigo mismos.

Entre las variadas transformaciones, nos interesa destacar la denominada «cultura cotidiana de masas» como el fenómeno más predominante de la cultura cotidiana propia de la modernidad, algo así como un producto directo de la nueva articulación de la cultura en la sociedad.

2. Vida cotidiana y cultura cotidiana de masas

Según Krause (1995) los procesos investigativos son un conjunto de procedimientos que posibilitan la construcción del conocimiento y, esto ocurre sobre la base de conceptos: son los conceptos los que permiten la reducción de complejidad y es mediante el establecimiento de relaciones entre estos conceptos que se genera la coherencia interna del producto científico.

Desde esta perspectiva nos preguntamos ¿Qué es la cotidianidad? ¿Qué queda circunscrito con el concepto de vida cotidiana? ¿La vida cotidiana tiene un significado en si mismo prescindiendo de lo no-cotidiano? ¿Es posible por la vía de estos conceptos acceder a un conocimiento de la realidad social y cuales serían las ventajas de este «enfoque»?

Ya en el año 1978 en un texto que comenzaba a circular, Norbert Elias nos advertía en una reflexión sobre el concepto de vida cotidiana: que la noción de vida cotidiana desde hacía un tiempo había abandonado su contexto cotidiano y se había transformado en un concepto fuertemente atiborrado de reflexiones teóricas. A estas alturas es ya imposible utilizar la noción de vida cotidiana de manera cotidiana. La vida cotidiana se ha transformado en el concepto clave de varias escuelas de pensamiento sociológicas contemporáneas. En el mismo texto, el autor advierte también respecto a que rara vez se define el significado de vida cotidiana y se dan varios sobreentendidos respecto al concepto. Se trata de un concepto polisémico, heterogéneo.

En el campo de la filosofía, Martín Heidegger fue pionero en la consideración de la vida cotidiana como entrada para la reflexión de la realidad social.

Un autor del presente, el sociólogo francés Michel Maffesoli (2000) se posiciona en la idea de definir a lo cotidiano como el lugar en donde se juega el enfrentamiento con la alteridad. Introduce la idea de que en las sociedades que no operan bajo la lógica de la razón y el cálculo de la modernidad, la «naturaleza» pasa a constituirse en una particular alteridad, un «alter» del individuo en su vida cotidiana. De allí entonces que el hombre moderno se definiría, por ejemplo, desde la distancia y la diferencia con la naturaleza, la que es vista ya no como algo inmanente sino, como un objeto a dominar, controlar, utilizar.

La vida cotidiana vista como el punto donde convergen e interactúan el individuo y la sociedad, es donde la sociedad se reproduce, estas ideas son tratadas en un artículo de un autor llamado Mauro Wolf (1988). Nosotros agregamos que al reproducirse la sociedad a través de la vida cotidiana, esta podría ser considerada como el espacio donde ocurre la «autopoiesis» de la sociedad, espacio de la reproducción: permanencias y simultáneamente cambios.

Un autor de primera línea al momento de abordar la vida cotidiana es Michel De Certeau (1999) quien a través de una vasta producción estudia en profundidad las prácticas y las cotidianidades, las cosas minúsculas (maneras de hacer, artes del hacer, maneras de

emplear, tácticas y ardidés), como ejemplos de una sistemática e incesante resistencia ante el poder, sus dispositivos y estrategias. Entonces las prácticas se convierten en la noción central para observar la vida cotidiana. Otro autor en la misma línea agrega: «las prácticas poseen una peculiar creatividad para subvertir de forma activa los modos estandarizados del vivir que le son impuestos desde afuera, ya sea por los medios de comunicación, la publicidad o los espacios geométricos e institucionales del diseño urbano en la ciudad» (De Stefani 2006:4)

La mexicana Rossana Reguillo, considera la vida cotidiana como un lugar estratégico para pensar a la sociedad en su compleja pluralidad de símbolos y de interacciones. Se trata de un espacio donde confluyen prácticas y las estructuras, del escenario de la reproducción y simultáneamente, de la innovación social, Reguillo nos dice. «armada sobre la certeza de su repetición, la cotidianidad es ante todo el tejido de tiempos y espacios que organizan para los practicantes los innumerables rituales que garantizan la existencia del orden construido» (Reguillo, 200:77)

Finalmente señalamos al filósofo chileno Humberto Gianini, quien tiene una vasta trayectoria de estudio y reflexión sobre la vida cotidiana. Según Gianini (1999), la cotidianidad es el reino de las continuidades, de las rutinas institucionalizadas, de los contenidos que aportan comprensión a las biografías de las personas y de los agregados sociales. La cotidianidad permite comprender los temas del funcionamiento social en las tramas concretas, en las especificidades por las cuales todos atravesamos con mayor o menor consistencia. La cotidianidad remite al principio de la sociabilidad, del establecimiento de vínculos útiles y reafirmadores de la vida social. La cotidianidad es resultado de un sub-texto, de tramas de significados o de redes y relaciones que constituyen mapas o geografías que explican lo visible, la conducta social.

La cotidianidad es el reino de la «experiencia común», la gramática encadenante de significaciones en que se inscriben los hechos, actos y conductas que nos impelen y exigen cumplir nuestra cultura para que reproduzcamos el sentido de lo social. La cotidianidad es el orden ante todo, es decir, «lo que sucede todos los días, y justamente cuando no pasa nada» (Giannini, 1992:14). Así en las reflexiones de este autor cobran relevancias conceptos como rutina, la calle, domicilio, transgresión, las plazas, entre otros.

El otro concepto que abordamos este punto es el de cultura cotidiana de masas – que es el fenómeno más

prominente – es un producto directo de la nueva estructuración de la cultura en la sociedad, y del predominio de los procesos culturales de producción organizada de bienes simbólicos («textos» en general, conocimientos, informaciones, imágenes, modas, currículas, ídolos, interpretaciones, concepciones de mundo, «bienes de salvación», etc)

Brunner (1985) señala que la cultura de masas es la forma más avanzada de interconexión entre el campo cultural y la cultura cotidiana, y por eso es en torno a ella

que se presentan las mayores contradicciones de la modernidad. Alienación del individuo, tendencias a la homogeneización de los patrones de consumo cultural, diferenciación de la cultura según las orientaciones de la oferta, rápida obsolescencia de los bienes culturales, sucesión de modas, producción organizada de ídolos y de señales de identificación, predominio de las «ideologías livianas» en la comunicación masiva, transformación de actividades tradicionalmente solemnes en espectáculos de consumo masivos, trivialización de lo serio, banalización de lo sagrado, despersonalización de las formas comunicacionales, pérdida de valores tradicionalmente tenidos y sentidos como centrales.

Se trata de «contradicciones en proceso» y no, necesariamente de expresiones definitivas de la cultura moderna. La historia no contiene promesas de redención o condenación. Sus tendencias profundas son interacciones complejas que -en el universo de la cultura- producen resultados a veces previsible pero también otros imprevistos, condicionando continuamente nuevas posibilidades de cambio o la expresión renovada de fenómenos aparentemente «tradicionales» bajo formas nuevas. De tal forma, las ideologías no mueren sino que se expresan y organizan de diferente maneras y se mezclan o combinan de manera inesperada: la religión ni desaparece bajo el triunfo de la razón, sino que reaparece bajo otras formas ocupando nuevas dimensiones de la vida individual y colectiva; hay procesos de homogeneización que se cruzan con otros de diferenciación; la internacionalización no impide o inhibe los regionalismos.

La cultura cotidiana no marcha a la uniformación de las preferencias individuales, por el contrario, generaliza las ofertas dentro del mercado de mensajes, dando con ello a una multiplicación de las modalidades de apropiación. La aparición de comportamientos estandarizados de consumo, al igual que la introducción de regímenes estandarizados de educación, forman parte, ciertamente, de la estructura de la modernidad. Son moda-

lidades de la operación cultural en «gran escala», producto de la masificación que se observa tanto en el plano de la producción como del consumo de los bienes culturales. Sin embargo en medio de ellos, es posible observar la aparición de formas siempre renovadas de diferenciación y diversificación, tanto desde el lado de la producción como del lado de la apropiación.

3. Orígenes de la cultura del consumo

En los estudios de sociología y filosofía de la cultura opera como un hito fundante la llamada pauta de consumo de masas. Esta, que instaura y generaliza la «sociedad de consumo», tiene antecedentes importantes que conviene analizar puesto que desmontan lugares comunes y esclarecen los procesos culturales del presente. Precisamente porque buena parte de las representaciones y formas de identificación comienzan a gestarse en los inicios del propio capitalismo de producción. Como Veblen (1980) con su teoría de la clase ociosa y Marx (2000) con el concepto del fetichismo de la mercancía, destacan la cultura del consumo como mediación de interacciones e identidades por los objetos –signos del mercado. Desde mediados del siglo XIX ocurren varios hechos emblemáticos: las exposiciones universales (desde Londres, 1851), la inauguración de pasajes comerciales, la transformación de las ciudades, la exhibición de las mercancías y las marcas como espectáculo (Baudrillard 1974), La estilización de la vida (Simmel) y las subculturas o estilos resultantes no parecen regirse por el cálculo costo-beneficio, sino por un consumo ostentatorio que tiene en el don y el despilfarro (Mauss y Bataille), así como en la exclusión y en la llamada globalización sus parámetros analizables. Uno de los problemas centrales en la investigación de la cultura es el carácter cambiante de las formas de identidad. Las marcas identitarias como el género, la edad, el status, habitat, etnia, que aparecen como estables en la ideología del antiguo régimen o de la llamada vida tradicional, sufren importantes metamorfosis en el proceso de industrialización. Género y edad, en los nuevos contextos de trabajo y consumo, migraciones y mestizajes, no pueden ser considerados como meras «variables independientes» del funcionalismo. Son por el contrario, principales laboratorios de pautas y representaciones que hacen a las grandes mutaciones culturales del presente.

El análisis de la cultura del consumo tiene un antecedente en el trabajo sobre el fetichismo de las mercancías. Como Veblen y Simmel, Marx se detiene en el análisis de aquellas formas cotidianas de relación de los objetos de la producción, con los bienes de consumo, que abre una mirada descifradora de un espacio que comenzaba a ser poderoso y cerrado: el mundo entusiasta de la producción y del consumo.

El fenómeno del fetichismo no es estrictamente económico, aunque se produzca en esta esfera y sus efectos, su estilo contaminen las formas aparentemente no mercantiles de las relaciones sociales. Se trata de un fenómeno social total (en expresión de Marcel Mauss). En Marx encontramos una perspectiva que desborda el modo cuantificador (cuantitativo) de contemplar los intercambios. Recurre a la metáfora tecnológica, antropológica, para develar las nuevas relaciones entre hombres y cosas. La mercancía es ante todo un jeroglífico social y las claves del consumo se conocen si se va más allá de las razones. El dinero es filósofo y la moda modelo (Simmel). Pero si se observa no sólo la luz sino también la sombra de los pasajes comerciales es posible calibrar el despilfarro como moral (Bataille, 1987), y no confundir el deseo con las necesidades (Ortega). A condición de descifrar la fascinación de lo perecedero (Gómez de la Serna).

4. Espacio público y vida cotidiana

La vida cotidiana es el espacio de la «experiencia vivida» es «aquello que pasa todos los días». La vida cotidiana no lo es todo, pero tampoco es un espacio vacío, posee una condición temporal ineludible. Está compuesto por frecuencias y velocidades, espacio donde se tejen relaciones que nos aferran a lo que existe de múltiples maneras. Por otro lado se debe consignar que no hay lugares cotidianos en sí mismos. Es a través de prácticas directas que la gente se asocia y se reconoce en ellos, estos espacios variarán de acuerdo al grupo social al que se les asocie. Entonces los espacios cotidianos quedan al descubierto «cuando existe una relación temporal y de significado del sujeto con el lugar». Espacios públicos donde se despliega el fenómeno urbano en toda su magnitud, nos adherimos a las ideas de Manuel Delgado (2002) cuando señala que lo urbano es algo que se hace hasta haciendo y deshaciendo un y otra vez. Su estructura es flexible, líquida, u devenir de instantes, momentos y circunstancias, todo lo que no es sólido y que se esfuma en el aire y vuelve a configurarse.

a) Supermercados, Grandes Tiendas, Malls

Estos grandes espacios «seudopúblicos» son los lugares diseñados para contener y provocar el consumo en todas sus manifestaciones. Son espacios altamente controlados y restringidos aun cuando disfrazados de espacios públicos. Poseen modernos sistemas de vigilancia y sistemas de seguridad privada. Son los espacios donde se ha desarrollado y sofisticado una de las manifestaciones más propia de la ciudad: el comercio. Osorno, ciudad intermedia, ha visto en estos últimos años una proliferación de estos lugares y la inminente inauguración del que será el más moderno y más grande mall de la ciudad.

Si bien es cierto, los malls no son espacio públicos, han sido capaces de proveer de una oferta de «espacio colectivo» hasta hora escasa en grandes centros urbanos como Santiago. En ciudades intermedias es como una aspiración de amplios sectores de «usuarios», el contar con estos espacios, valorados como evidencia material de los procesos de modernización. En Osorno tenemos un supermercado propio -los precios más bajos de la historia- tienen al menos seis sucursales en la ciudad, dirigidas a diferentes públicos, en diferentes sectores de la ciudad. Oferta segmentada para públicos diversos.

b. Negocios tradicionales

Algunas peluquerías, almacenes, carnicerías, sastrería, un par de relojerías, talabartería, algunas tiendas de ropa, ¿cual es la diferencia? Sistemas de pagos; admite/no-admite tarjetas de crédito; incorporada a formas de pago electrónica a través de alianzas comerciales; vendedores, cajeros/funcionarios, de baja rotación, etc.

Un negocio de «comida rápida tradicional», en Avda. Juan Mackenna. El propietario es «Nino». Ofrece hot-dogs, papas fritas de verdad, bebidas, y largas conversaciones y confesiones, políticas, sociales, económicas. Solamente atiende por las tardes.

c. Las ferias libres

Las ferias libres se encuentran cargadas de significados. Ellas tienen la peculiaridad de ser alternativas de economía informal centradas en la supervivencia, dirigidas a superar la pobreza, pero que a la vez reproducen un espacio público. Es una forma de economía informal que atrae simpatías en la población y demuestra capacidad para perdurar a través de la historia. Se

desprende de lo dicho que el sector informal ha tenido siempre, y sigue teniendo, un rol estratégico en el abastecimiento de las ciudades latinoamericanas. Ello permite explicar, en parte, el fracaso de las políticas municipales y nacionales que han pretendido «normalizar», o erradicar o «embellecer» esta forma de comercio.

Por otra parte, nuestro modelo económico, también ha dado pie a una explosión de autoempleo, incluyéndose en dicho rubro actividades artesanales, cartoneros, taxistas, comercio ambulante y otros. Como lo concluye un trabajo de Francisca Márquez, el así llamado «empleo informal» se ha transformado en una opción legítima de reconstitución de identidad. «Ser independiente se levanta como una alternativa para muchos que han quedado al margen de esta llamada modernidad, la que exige calificación, excelencia, calidad y educación» (Márquez, 1994:243)

Hay distintos tipos de ferias libres. Nuestro recorrido contempló la Feria Pedro Aguirre Cerda (PAC), la «Nueva» Feria de Rahue, la Feria «de las pulgas» que se ubica en un terreno en medio de la población Carlos Condell en Rahue alto y otra que se encuentra en un costado de la población «Quinto Centenario» en Rahue Alto.

Con todas las similitudes y diferencias que puedan tener estos distintos espacios, comparten el hecho de ser lugares concurridos, en los cuales se producen variadas y complejas interacciones en un contexto de diversidad de colores, olores, productos, que desbordan las calles y se apoderan de las veredas para ofrecer lo que se vende. Los cercos que conforman una vertical con la calle fungen de exhibidores de ropa usada, que tanta presencia tienen en todas las Ferias. Los «puestos» de distinto tamaño demarcados por un nylon o una soga, su presencia a escala humana, los hacen atractivos.

Los días sábados (PAC y la nueva feria de Rahue), también los domingos y días festivos (las de Rahue alto) son cuando estos espacios concentran la mayor afluencia de público.

Mapuches de las zonas rurales aleñañas que vienen a vender sus productos, comerciantes, revendedores, jubilados, dueñas de casa, estudiantes, desocupados, cesantes, ambulantes por naturaleza y por oficio se dan cita para ejercer su actividad económica. En la Feria PAC es donde encontramos frutas y verduras de la zona, según temporada. Productos del mar, comidas típicas y «chatarra»; artesanía y productos industriales, ropa usada y plásticos, aluminios, plantas, árboles, revistas,

libros, mucha «piratería»: música, películas, programas. Redes organizadas tras este comercio informal.

La aglomeración, el exceso, lo diverso, es algo propio de las ferias y ahí también su atractivo y al mismo tiempo lo que los convierte en espacio desagradables: malos olores, perros vagos, borrachos, ratas y «rateros». Ejerce un poderoso atractivo, todo lo que hay disponible, siempre es posible encontrar eso que uno no buscaba, pero lo encuentra. Siempre está la fantasía de encontrar algo útil. Se tejen relaciones con algún o varios «caseros/as» que luego de una semana vuelves a encontrar con bastante seguridad

Muchos estudiantes universitarios asisten a la Feria PAC, van a vender ropa usada. Estrategias de sobrevivencia, resistencia a los embates de la escasez, a las inestabilidades económicas familiares. También incursionan en otras áreas: vendiendo longaniza casera, pie de limón, salmón ahumado, comida, alimentos. He visto peinando y haciendo trenzas.

Dueñas de casa con jubilación o sin ella, preparan empanadas fritas, milcaos, sopaipillas junto a galletas, tortas, queques y kuchen, mermeladas, tortillas de rescoldo.

Otros/otras ofrecen mudai, catutos, tortillas, «pollos» y gallinas de campo, plantas medicinales, quesos, miel, árboles.

La nueva feria de Rahue, es una especie de malls. Se trata de un espacio absolutamente normalizado, es también un terminal de buses. Los espacios están delimitados, todo está en un orden, posee sistema de vigilancia. Ha perdido lo esencial de una Feria Libre: lo libre, de que cualquier persona pueda apropiarse de un espacio público y pueda desplegar sus acciones e interacciones con el transeúnte, con el que va pasando y que perfilen un intercambio, o que al final todo puede quedar en nada, y no pasa nada.

El llegar de las micros a las 7:45 a.m. una vez más ha llegado la micro vieja del sector Quilacahuin, después de alguna arriesgada maniobra, los productores son esperados por los «buitres» que con dinero en mano, buscan apoderarse a los mejores precios de los productos. Para luego revender.

En el exterior del recinto, enfrente de su acceso principal, se ofrecen CDs. y DVDs «piratas» en su interior no se observa.. Restaurantes/cantinas, puestos de comida rápida, andenes de micros rurales, carros con mudai y mote con huesillos.

En las Ferias de Las Pulgas en sectores de Rahue alto... El día domingo por la mañana, antes del almuerzo, es un paseo familiar. Ir a la feria que, desde hace poco, se

ubica en un sitio no urbanizado, un pedazo de pampa en medio de dos sectores habitacionales. Un lugar no trazado. Se instalan gentes del sector a vender: ropa usada, peluches para niños, cds musicales, dvds películas, musicales, programas, juegos. Productos alimenticios o de aseo, anticuchos, sopaipillas, mudai, hot dog, berlines, etc., zapatos, algún electrodomésticos, herramientas y chatarras varias, ¡nada de primera necesidad!

Personas de distintas edades, solas o acompañadas, matrimonios con hijos o sin hijos, mujeres con guagua, abuelos, algunos con sus mascotas, caminan desde distintos puntos hacia la Feria. Se les ve refrescarse bebiendo un mudai, comiéndose un anticucho, una sopaipilla o empanada. Comprando chicha, mirando, buscando.

Esas personas no son las que transitan por el mall del «centro» y compran en tales supermercados y no en otros. Están los que llegan de la costa y resuelven sus necesidades en Rahue. Cruzan el puente hacia «Osorno centro» de forma muy excepcional. Ellos tienen su propio «centro» en Rahue. Y la feria de la Quinto Centenario, ese sitio sin trazos, es el mall de estos pobladores, el lugar de mayor convocatoria colectiva. Otro tanto ocurre con la feria libre de la Pobl. Carlos Condell.

d) Bares

Cantinas, chicheles, chicherías, pubs, La oferta es tan variada como los nombres: «condorito», «sureñita», «El sureño», «Donde moncho», «El barquito de María», «Linderos», «La puerta del Fondo», «La tribu», «Donde Armin», Clubes Sociales, etc.

Entrar a un bar es salir de la rutina del trabajo (que sería algo cotidiano) para entrar en el ocio (transgresión). El bar como espacio arquitectónico (dentro o fuera) y el efecto psicosocial que se busca en este lugar (realidad/irrealidad). Tales binarismos darían cuenta de lo que ocurre en estos lugares (González, 1983)

Los bares son lugares donde se busca ser otro siendo uno mismo, experimentar la alteridad en la mismidad con la ayuda, por cierto, de las bebidas alcohólicas.

e) La calle

Es medio de circulación... es la ruta por la que se sale y luego se regresa todos los días... la calle cumple así su oficio cotidiano de comunicar extremos: el lugar del ser para si (domicilio) con el lugar del ser para los otros (trabajo)... Propiamente hablando es el medio prima-

rio, elemental de la comunicación ciudadana (Gianini, 1999)

La calle es el espacio público por excelencia, es el lugar por donde se transita, por donde se «anda a la sin rumbo», errante, merodeando... La calle es lugar de encuentros, evitaciones, intercambios. Lugar de resistencias. Donde soy anónimo e indiferente.

Bibliografía

- BATAILLE, George. 1987. *La parte Maldita*, Barcelona, ICARIA.
- BRUNNER, Joaquín. 1985. *Cinco Estudios sobre Cultura y Sociedad*, Chile, FLACSO.
- COMISIÓN NACIONAL DE VERDAD Y RECONCILIACIÓN. 1991. *Informe de la Comisión de Verdad y Reconciliación* vol. 2. Santiago.
- DELGADO, Manuel. 2002. «Etnografía del espacio público. *Revista de Antropología Experimental* N°2 Barcelona.
- DE CERTEAU, Michel. 1999. *La invención de lo Cotidiano*. México. Universidad Iberoamericana.
- DE STEFANI, Patricio. 2006. «Prácticas Cotidianas. Algunos instrumentos para un estudio acerca de las últimas transformaciones de la vida urbana». *Revista Diseño Urbano y Paisaje* Año 3, N° 9.
- ELIAS, Norbert. 1995. «Sobre el concepto de vida cotidiana» *Revista Internacional de Sociología*, vol. 99 pp. 237-246.
- GONZÁLEZ, José. 1983. «Temas de antropología urbana. Los Bares». *Gazeta de Antropología* N°2 . España.
- GIANINI, Humberto. 1999. *La «reflexión cotidiana». Hacia una arqueología de la experiencia*. Santiago de Chile. Universitaria.
- _____, 1992. *La experiencia moral*. Santiago de Chile. Universitaria.
- KRAUSE, Mariane 1995. «La investigación cualitativa: Un campo de posibilidades y desafíos». *Revista Temas de Educación*, 7, 1-22. Universidad de La Serena.
- MAFFESOLI, Michel. 2000. Socialidad y naturalidad o la ecologización de lo social. Alicia Lindón (Coordinadora) 2000. *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. España. Anthropos.
- MÁRQUEZ, Francisca. 1994. «Los trabajadores independientes en Chile». *Proposiciones* N° 24, Santiago, Sur.
- MARX, Karl. 2000. *El capital*. Tomo III Volumen 7. México, Siglo XXI.
- REGUILLO, Rossana. 2000. La clandestina centralidad de la vida cotidiana. Alicia Lindón (Coordinadora) 2000. *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. España. Anthropos.

SALAZAR, Gabriel y PINTO, Julio. 2002. *Historia contemporánea de Chile III. La economía: mercados, empresarios y trabajadores*, Santiago. LOM.

SIMMEL, George. 1977. *La filosofía del Dinero*. Madrid, I.E.P.

VEBLEN, Thorstein. 1980. *Teoría de la clase ociosa*. México, Fondo de Cultura Económica.

WOLF, Mauro. 1988. *Sociologías de la vida cotidiana*. Madrid, Cátedra.