

**INTERACCIONES COTIDIANAS DEL BARRIO EL AGUILUCHO:
REPRODUCCIÓN Y PRODUCCIÓN DE ELEMENTOS SIMBÓLICOS DE LAS
IDENTIDADES SOCIALES.**

Tesis para optar al Magister de Comunicación Social

ESTUDIANTE
Rayen Andrea Ortiz Ruiz
PROFESO GUÍA
María Cecilia Bravo Núñez
Santiago, marzo de 2016

INDICE

AGRADECIMIENTOS	
RESUMEN	5
1. INTRODUCCIÓN	7
2. Capítulo 1: Santiago de Chile y sus barrios	9
a. Providencia, Ñuñoa, Las Condes y sus barrios-jardín	12
b. Barrio El Aguilucho, entre Ñuñoa y Providencia.	14
c. Ciudad, Espacio Público y Barrio (Identidad de Barrio)	17
3. Capítulo 2: La Ciudad, la descomposición de lo público y el resurgimiento del espacio público.	21
a. La identidad como producto del accionar en la vida cotidiana	26
b. Interacciones simbólicas, vida cotidiana y construcción social del espacio.	30
4. Capítulo 3: Metodología de la Investigación.	35
a. Introducción	35
b. Enfoque de investigación	36
c. Tipo de Investigación	36
d. Muestra	38
e. Técnicas de recogida y análisis de información	40
i. Técnicas de recogida de información	40
ii. Técnica de análisis de la información.	42
5. Capítulo 4: La apropiación de los sujetos en el devenir del Barrio	44
a. Subcategoría: Acción Transformadora	44
b. Subcategoría: Identificación Simbólica	50
i. Subcategoría: Historia	50
ii. Subcategoría: Características del Barrio	55
6. Capítulo 5: El habitar de los sujetos en el devenir del barrio	60
a. Categoría: Identificación Social	60
i. Subcategoría: Vecinos antiguos versus vecinos nuevos.	61
ii. Subcategoría: Lugares Simbólicos	65
7. Capítulo 6: Elementos simbólicos y experiencias significativas reconocidas en las identidades del Barrio	73
CONCLUSIONES	86
BIBLIOGRAFÍA	95
ANEXOS	98
1. Entrevista N°1: C. J. Hombre, 60 años	99
2. Entrevista N° 2: F. R., Hombre, 79 años	115
4	
3. Entrevista N° 3: P. L., Mujer, 37 años	127

4. Entrevista N° 4: R. B., Mujer 75 años	137
5. Entrevista N°5: A. V. Hombre 29 años	153
6. Entrevista N° 6: S., G. Mujer, 50 años	162
7. Focus Group N° 1 Hombres dueños locales comerciales	172
8. Focus Group N°2 Mujeres dueñas locales comerciales	185