

HISTÓRICO
CENTRO

Registro de los antiguos lugares del comercio de Santiago

HISTÓRICO CENTRO

Registro de los antiguos lugares del comercio de Santiago

Colección editorial de libros fotográficos que registran la resistencia de los locales comerciales con más de 50 años de trayectoria, dedicados al desarrollo de distintos oficios en el casco histórico de la comuna de Santiago.

MEMORIA DE PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA

Carolina Vallejo Moreno
Profesor Guía Roberto Osses
Promoción 2017
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Universidad de Chile

ÍNDICE

I · FUNDAMENTACIÓN

Abstract	13
Introducción	14
Motivaciones personales	17

II · INVESTIGACIÓN

1. Fundamentación	20
1.1 Problemática	20
1.2 Justificación	23
1.3 Objetivos	25
2. Antecedentes	26
2.1 Registro de información	26
2.1.1 Gentrificación. Antecedentes generales dentro de un contexto global	26
2.1.2 Gentrificación en la comuna de Santiago	31
2.1.3 Nociones en torno a los conceptos espacio, entorno, territorio y habitar	35
2.2 Levantamiento de información	39
3. Estado del arte	41
4. Marco referencial	52
5. Marco teórico	54
5.1 La reurbanización de la ciudad y su transformación cultural	54
5.2 Pérdida del patrimonio cultural inmaterial local de los barrios gentrificados comercialmente en la comuna de Santiago	59
5.2.1 Construcción del concepto de gentrificación	59
5.2.2 El diseño como herramienta principal del embellecimiento de algunos barrios	63

5.3 Transformación de la identidad de ciertos barrios tradicionales del centro de la capital	71	C) Recopilación del imaginario oral de los locales	132
5.4 Conclusiones preliminares	75	D) Conceptualización fotográfica: preparación teórica	133
<hr/>			
I I I · P R O Y E C T O			
<hr/>			
1. Referentes proyectuales	78	E) Generación del material gráfico: experiencia de la delectación del registro fotográfico	136
<hr/>			
1.1 Conceptuales	78	3.2 Proceso de desarrollo y criterios de diseño	142
1.2 Funcionales	82	3.2.1 Conceptualización general de las publicaciones	142
1.3 Estéticos	86	3.2.2 Criterios de diseño	145
<hr/>			
2. Planificación del proyecto	92	A) Materialidad	145
<hr/>			
2.1 Fundamentación del proyecto	92	B) Tipografía	145
2.2 Descripción del proyecto	97	C) Orientación	146
2.3 Objetivos del proyecto	97	D) Color	147
2.4 Metodología del proyecto	98	E) Encuadernación	148
2.5 Sociabilización del proyecto	100	F) Layout	148
2.6 Recursos y soportes tecnológicos	104	3.2.3 Proceso de desarrollo de la maqueta	149
2.7 Gestión estratégica	105	A) Edición del relato oral	149
2.7.1 Auspicios y patrocinios	106	B) Desarrollo del relato fotográfico y posproducción	149
<hr/>			
3. Desarrollo del proyecto	108	C) Diseño de la ruta patrimonial	153
<hr/>			
3.1 Generación y definición de contenido	108	D) Redacción de los textos correspondientes a la colección	154
<hr/>			
3.1.1 Selección del barrio a trabajar: recorrido por los primeros barrios	108	E) Diagramación de los libros	154
3.1.2 Primer acercamiento a Santiago centro: descripción del sector	121	F) Impresión, encuadernación y portada	155
A) Ambiente del barrio Santiago centro	121	3.2.4 Plan de difusión	156
B) Clasificación barrial	123	3.3 Representación final de la propuesta	157
3.1.3 Definición de la materialidad del proyecto	124	3.3.1 Registro de uso y modo de testeo	158
A) La fotografía como medio de rescate de la identidad	124	3.4 Conclusiones del proyecto	161
B) Materialización del proyecto en un producto editorial	125	3.4.1 Reflexiones finales	161
3.1.4 Investigación documental en terreno	126	<hr/>	
A) Planificación previa	126	I V · B I B L I O G R A F Í A Y A N E X O S	
B) Safari urbano: pesquisa, preselección y selección final de los locales comerciales a trabajar	126	<hr/>	
		1. Fuentes disponibles	166
		<hr/>	
		2. Anexos	169
		<hr/>	

I • PRESENTACIÓN

A B S T R A C T

“HISTÓRICO CENTRO. Registro de los antiguos lugares del comercio de Santiago”, es un proyecto de investigación documental realizado en la comuna de Santiago, con el fin de poder contribuir a la conservación del patrimonio cultural en el centro de la capital del país. Esta iniciativa será materializada a través de la elaboración de una colección de libros fotográficos, en donde cada tomo retratará la identidad de diferentes establecimientos del comercio más tradicional del barrio, relatando la memoria de estos lugares, la historia de sus locatarios y los detalles que caracterizan el oficio al que han dedicado toda una vida. Esta compilación finalmente, representará una ruta patrimonial que incluirá los locales más antiguos del sector, de tal manera de fomentar su preservación por medio de la difusión y conocimiento de estos. A continuación, en la primera sección de este documento, se detalla el desarrollo investigativo en relación a sus conceptos más importantes, y en la segunda parte, se expone el proceso llevado a cabo para la realización del proyecto.

Palabras clave:

Gentrificación, patrimonio cultural, barrios, casco histórico de Santiago, fotografía, conservación, identidad.

INTRODUCCIÓN

El espacio geográfico, arquitectónico, humano y cultural de las grandes ciudades, se ha venido transformando hace décadas, llegando a comprender lo que hoy conocemos como tejido urbano. Asimismo, en el ámbito nacional, se configura un escenario sumamente diverso que se debate en medio de diferencias estructurales tales como lo contemporáneo y lo pasado, el progreso y la conservación, los chilenos y los inmigrantes, entre un sin fin de otras divergencias que caracterizan al territorio y que tienden a replicarse en sus diferentes rincones. La realidad de Santiago pareciera no alejarse de estos cambios, siendo evidente esta mutación a raíz de su repoblamiento, lo que acentúa aún más estas desigualdades culturales y socioeconómicas.

Estas transformaciones y diferencias son el fiel reflejo de un mundo en proceso de globalización, en donde la cultura de masas pareciera ser el principal factor del cambio, representando una de las principales amenazas frente a la conservación de los bienes materiales e inmateriales de valor patrimonial. La capital por su parte, a pesar de ser una metrópolis, sigue albergando la mayor cantidad de inmuebles patrimoniales, reflejando de esta manera el carácter identitario de una sociedad con respecto a lo más propio que la caracteriza. Sin embargo, la riqueza cultural de estos rasgos suelen pasar desapercibidos, siendo invisibles a los ojos de quienes habitan constantemente el sector y de quienes tienen el poder de reurbanizar los espacios de la ciudad. Estas zonas albergan un carácter único en cuanto a tradiciones, saberes populares y la práctica de oficios, que de a poco han quedado en el olvido, teniendo que enfrentar su desvaloración por parte de

núcleos humanos que han detonado la pérdida de su propio patrimonio, mermando la memoria y el sentido de pertenencia hacia aquellos lugares y aspectos de la cultura que merecen ser resguardados.

De esta manera, surge el presente trabajo que busca mostrar el vestigio, aquello que está a punto de desaparecer, para conservar aquellos rincones de la comuna de Santiago que pronto sólo quedarán latentes en nuestras memorias. Lo anterior se llevó a cabo a raíz de una tarea investigativa, que reveló un diagnóstico del Casco Histórico, el cual fue posible realizar gracias a la recopilación de las historias de los habitantes del sector y al relato fotográfico que caracterizó las dependencias que aún albergan al comercio del lugar. La materialización del proyecto, se logrará apreciar en una colección de libros fotográficos que reúnen las tiendas más antiguas del comercio de Santiago centro, aquellas que albergan parte de la historia de un barrio y de sus moradores. Estos locales por muchos años han preservado un imaginario visual correspondiente a décadas pasadas, siendo muy llamativo el contraste que se produce al observar la convivencia de estos con tiendas del retail.

Es por esto, que se pretende revalorizar la resistencia de estos establecimientos, por representar lugares que han logrado subsistir y mantener su legado cultural, a pesar del avance tecnológico del comercio actual. Además, estos conservan una parte significativa de la historia de la ciudad y de las comunidades que en ella residen, por consiguiente, la importancia de este proyecto editorial recae en la acción de poder familiarizarnos con nuestra propia historia, para así poder entender quienes somos como sociedad, favoreciendo el proceso de construcción de una identidad que refleje las particularidades de un determinado grupo humano.

Finalmente, esta memoria fue dividida en dos partes, en donde la primera apunta al desarrollo de la investigación previa: indagación, recopilación y búsqueda de antecedentes; mientras que en la segunda parte se muestran detalladamente los pasos principales que se tomaron para llevar a cabo el proyecto: trabajo documental en terreno, definición del contexto de la problemática, recopilación de los aspectos a retratar y diseño de la propuesta.

MOTIVACIONES PERSONALES

Este proyecto surge desde mi inquietud por comenzar a reparar en aquellas cosas de la cultura urbana que evidentemente fueron desapareciendo de un tiempo a esta parte. Desde pequeña estuve alejada de la gran ciudad, creciendo en una comuna periférica, en donde la vida de barrio es lo único que aún se conoce como manera de habitar. Sin embargo, hace un par de años mi lugar de residencia se trasladó al centro de la comuna de Santiago, en donde limitada a vivir en un departamento, entendí como el crecimiento vertical de la ciudad comenzaba a arrasarse con las construcciones históricas del sector, en conjunto con las personas que allí habían permanecido por años y sus particulares tradiciones. La culpa se sintió de inmediato tras entender que este nuevo estilo de vida ciudadano, atentaba directamente en contra de la privacidad de mis vecinos que vivían en citsés o en construcciones patrimoniales, del espacio que destinaban para que jugaran los niños, de los basares que tuvieron que dejar de existir por el recambio de los habitantes del lugar, de la luz del sol que naturalmente les llegaba antes de colindar con una edificación de 20 pisos y de la vida de barrio en general. La realización de esta iniciativa, surgió entonces desde aquello que desapareció o que iba a hacerlo prontamente, pues, tras ver este cambio tan arbitrario del paisaje, fue que nació la idea de hacer un registro de los locales comerciales que por años habían acompañado las dinámicas de barrio y que hoy en día, ya casi se encuentran extintos.

II • INVESTIGACIÓN

1. Fundamentación

“Tener una visión más amplia de la gentrificación reviste importancia porque ayuda a abordar una cuestión central en el debate público y académico sobre la transformación urbana, preguntándose al respecto ¿Cuán significativa es la gentrificación en la producción del paisaje urbano?” (Smith, 2012).

1.1 Problemática

El fenómeno de la gentrificación, surge como un método de renovación del tejido urbano, el cual tiene su origen a partir de la revalorización de un lugar determinado que previamente permanecía depreciado. A grandes rasgos, es un sistema que consiste en la reocupación de un territorio, en donde se expulsa progresivamente a los habitantes pertenecientes al sector para sustituirlos por otros de mayor nivel adquisitivo que llegan a instalarse en él. Estos nuevos núcleos sociales que se constituyen, deben reunir las características necesarias que demanda la modificación del espacio ante las nuevas estructuras físicas, económicas y culturales generadas por el cambio, ya que se elimina el desprestigio que antecede la actual valorización de estos lugares en remodelación y se convierten en un foco atractivo para el habitar de la sociedad. Por consiguiente, se abre paso a una fase de reconstrucción que expone a estos barrios ante una etapa de especulación inmobiliaria, el que transforma el sector a partir de nuevas edificaciones, consolidando el proceso a través de la adquisición de viviendas a un elevado costo y de la concepción de un estilo de vida ciudadano que viene a reconfigurar el entorno material y social del territorio.

Asimismo, uno de los autores más destacados en el estudio y teorización del fenómeno, indica que:

“La gentrificación se ha convertido en el elemento central de la política urbana y global en los centros de las ciudades de todo el mundo. Proporciona un nexo de múltiples carriles entre el cambio económico global y el futuro social

de las ciudades. (...) Hoy en día el proceso representa la remodelación estratégica de los centros de las ciudades, que comprende no solo la reclasificación del espacio residencial, sino también el de la totalidad de los centros urbanos.” (Smith, 2009, p.136).

Lo señalado por Smith, se refiere a que la ciudad actualmente se encuentra atravesando por un momento de inflexión, bajo los nuevos parámetros económicos y urbanos que la obligan a replantearse. Hace referencia a la condición global que caracteriza al proceso, tomando en cuenta que las ciudades de diversos países han estado impulsando prácticas de urbanización similares a causa de los cambios económicos que se están llevando a cabo alrededor del mundo. Del mismo modo, el autor advierte que estas transformaciones están repercutiendo directamente en la forma de habitar que poseen las personas en relación a los lugares que ocupan, es decir, en cuanto a la manera en que se han ido desarrollando los individuos, al concebir como nuevas áreas de residencia a los espacios urbanos.

Por otro lado, refiriéndose a la escena nacional en la que se sitúa la gentrificación, se entiende que en su desarrollo ha ido comprometiendo distintos ámbitos tales como la arquitectura, sociología y geografía, las que representan una parte fundamental en cuanto al conocimiento que hoy en día se dispone del tema, ya que es a partir de estas perspectivas que se han abordado sus diferentes aristas. Además, los estudios realizados por connotados académicos, tanto nacionales como

extranjeros, revelan esta situación al percibir como es que le han dado forma al concepto por medio de aspectos definidos estrictamente por sus áreas¹. No obstante, al contemplar este panorama, se evidencia una falta de examen que ha tenido que sobrellevar el fenómeno por parte de múltiples disciplinas, las que deben hacerse cargo de su investigación, para así poder resolver el encasillamiento analítico en el que se encuentra el proceso en los ámbitos ya mencionados.

Al respecto, es posible notar como la disciplina del diseño no figura dentro de las áreas que han abordado esta temática en nuestro país, lo cual, por una parte demuestra aparente lejanía entre ambos conceptos, y por otra, convierte esta situación en una oportunidad ventajosa para cultivar su estudio. Pues así, se vuelve necesario esclarecer el enlace que los vincula, haciendo uso del diseño como una herramienta válida que debiera aportar en su análisis global, desde una mirada que sienta sus bases en la comunicación, y que a su vez, posee la capacidad de interpretar el lenguaje visual del entorno, por medio de la observación de las transformaciones espaciales que se están produciendo en las ciudades y repercutiendo directamente en la visualidad del espacio. De esta forma, por medio de un conjunto de consideraciones funcionales, estéticas y simbólicas, el diseño tiene la facultad de configurar una búsqueda de soluciones a problemáticas engendradas en diversos campos, encargándose de entregar respuestas óptimas a múltiples inquietudes que tienen incidencia directa en la vida de la gente, haciendo pleno uso de la evaluación que este ejerce sobre las acciones que se requieren como sociedad

para encarar sus propios conflictos.

Es pertinente señalar también, que para comenzar a percibir el concepto de gentrificación en su totalidad dentro del ámbito local, se esclarece la importancia de considerarlo desde múltiples interpretaciones, indagando en él desde nuevas miradas que integren mayores focos de información procedentes de diversas disciplinas, que se conviertan en un complemento para las referencias que se disponen hoy en día. Por consiguiente, se entiende que el material académico ya elaborado, ha cumplido su función investigativa desde que se dio inicio a su examen, representando un elemento sustancial al haber forjado los primeros factores de análisis. De lo contrario, ignorar este saber, sólo dificultará la ejecución de futuras nociones que debiesen entregar otros puntos de vista a la definición sistemática del significado del proceso y no se podrá conocer de forma rigurosa el impacto que éste provoca en nuestra sociedad y su entorno.

Además, es preciso indicar que si las diferentes especialidades siguen manteniéndose al margen, la información proporcionada del tema seguirá siendo acotada a las áreas que la han abordado hasta ahora, restringiendo metodológicamente la colaboración de numerosos expertos y permaneciendo la limitante que condiciona el acceso a un juicio más acabado. “Esto es particularmente el caso en la literatura sobre la “gentrificación” en Santiago de Chile, que muestra una multiplicidad de interpretaciones, muchas veces contradictorias, de lo que se entiende por gentrificación” (Casgrain y Janoschka, 2013, p.21), por lo cual, a causa de esto, no es posible observar sus efectos en un plano

¹ Esta situación se logra justificar al identificar la ocupación de los principales autores que han hecho de la gentrificación su objeto de estudio, puesto que, basándonos en este aspecto, es posible evidenciar la clara inclinación de algunas disciplinas hacia el estudio del tema, las que han tenido la capacidad de iniciar ciertos debates propios de sus campos investigativos. Algunos de los autores internacionales más destacados han sido: David Ley (geógrafo), Michael Pacione (geógrafo), Manuel Castells (sociólogo), Henri Lefebvre (geógrafo, sociólogo y crítico literario) y Neil Smith (geógrafo); y en el ámbito nacional, sobresale: Rodrigo Hidalgo (geógrafo), Yasna Contreras (geógrafo), Jorge Inzulsa (urbanista) y Ernesto López Morales (arquitecto).

general, dificultando la tarea de poder juzgar el fenómeno tanto constructiva como negativamente² y reflejando el verdadero problema que éste representa para la sociedad, su desconocimiento.

Ahora bien, la manera de abordar la gentrificación, no debe remitirse sólo a las materias que habitualmente acostumbran hacerlo, puesto que el modo de construir una interpretación más exhaustiva, es a través de la producción de conocimiento, que en este caso, se obtiene a partir de las áreas que no han explorado el proceso hasta el momento. Por consiguiente, se constituye la problemática principal de este proyecto, en la falta de un estudio multidisciplinario a nivel nacional, que incorpore diferentes miradas respecto al tema central, con el propósito de vincular variadas tendencias de pensamiento que contribuyan en la construcción de un concepto íntegro y se preocupen de las dinámicas que alteran el entorno de las ciudades, el cual representa el hábitat por excelencia de la sociedad del siglo XXI. En relación a este aspecto, el economista Tomás Izquierdo, socio de Gemines Consultores, avala la situación que enfrentan hoy en día las ciudades, señalando que “al año 2025 se deberán incorporar 650.000 nuevas viviendas al parque habitacional del Gran Santiago, de las cuales el 72% serán departamentos” (2013, revista CChC En Concreto), lo cual refleja un profundo proceso de densificación de la capital, al margen del comportamiento de la demanda inmobiliaria que está significando la reconstrucción urbana actual.

Por último, es posible evidenciar como el fenómeno va adoptando mayor relevancia ante la necesidad que surge de concebir su nivel de complejidad y las consecuencias que estas pudiesen implicar desde los ámbitos que aún no se han aproximado a su aprendizaje³. De ahí que se vuelve imprescindible indagar en esta materia, para verificar el aporte real que éstos pudiesen entregar a su estudio multidisciplinario y poder impulsar así, una proyección en su desarrollo analítico, ante la concepción de un panorama propositivo que abra la discusión en torno a su amplia investigación.

² Existen dos visiones principales que analizan el fenómeno de la gentrificación. Por un lado, a través de la corriente de pensamiento alimentada por perspectivas neoliberales promovidas por instituciones de gobierno, privadas y empresariales, se encuentran teorías que avalan el desarrollo de este fenómeno, refiriéndose a él como parte de un proceso que defiende el desarrollo urbano, fomentando el crecimiento inmobiliario para cultivar el progreso económico a través del desarrollo de las ciudades. Así lo demuestran las palabras del presidente de la Comisión de Urbanismo de la CCCh, Fernando Herrera (2013) al margen del seminario Crecer con Equilibrio: Infraestructura y Desarrollo Urbano en Armonía, señalando que “la elaboración de este estudio a solicitud del gremio deja de manifiesto la posición de la Cámara en cuanto a que las ciudades deben crecer tanto por extensión como por densificación y reconversión”. Por otro lado, hay que considerar las corrientes de pensamiento crítico contemporáneo representadas por académicos del ámbito de la sociología y geografía como David Harvey y Neil Smith, entre otros, quienes se identifican con una postura contraria a la descrita anteriormente, considerando a este proceso como una amenaza que segrega el tejido social de un lugar, desplazando a los más vulnerables para darle preferencia y privilegios a nuevos residentes capaces de solventar las demandas exigidas por estos entornos en renovación.

³ Disciplinas tales como la antropología, arquitectura, urbanismo, historia o economía, entre muchas otras, deberían profundizar sus estudios respecto del fenómeno, debido al aporte que implican al momento de tener una visión más general del tema.

1.2 Justificación

Lo descrito anteriormente, supone ciertas consideraciones de las cuales es oportuno esclarecer algunos parámetros para validar lo planteado. De ahí que se desprende la principal interrogante que viene a cuestionarse la importancia de investigar profundamente el proceso de gentrificación y sus factores externos, generando una respuesta a esto, al tener claro en qué consiste y de qué formas ha tenido incidencia en la sociedad chilena.

En primer lugar, es necesario especificar que en las ciudades extranjeras, según su contexto específico, el fenómeno se encuentra instalado y representa un contenido de discusión amplio, conforme a sus condiciones sociales y culturales. De este modo, es necesario situar la problemática de esta investigación, dentro de un plano nacional, en donde la discusión que se desea plantear es acorde exclusivamente a la realidad que se experimenta dentro del país, ya que el tema es aún objeto de diversas interrogantes a raíz de su incipiente estudio, en contraste con otros lugares que poseen una realidad completamente distinta a la nuestra, por lo que no se debe extrapolar la problemática fuera del territorio local. Esta diferenciación es necesaria, ya que según Janoschka, Sequera y Salinas (2013), la manera en que se ha ido adaptando el término en distintas ciudades ha sido desigual, siendo sumamente necesario tener en consideración las particularidades locales, regionales y nacionales, al momento de observar como se ha desarrollado el proceso en sectores con situaciones políticas y económicas, que varían respecto de los países de habla hispana como del resto del mundo.

En segundo lugar, para comprender la relevancia que actualmente debe sobrellevar el estudio de la gentrificación, es primordial tener en cuenta que este sistema de urbanización ha ido modificando los mecanismos de clasificación del

espacio, promoviendo considerables cambios en la composición geográfica y cultural de las ciudades. Quien así lo expresa, es el ex Coordinador de Magíster de Urbanismo de la Universidad de Chile, señalando que se han dado “cambios en los patrones de uso de suelo y en la oferta del mercado de la vivienda (...) así como en las tendencias sociales con nuevos tipos de ‘gentrificadores’ y sus estilos de vida urbana” (Inzulza, 2011, Columna de opinión de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo U. Chile), pues, desde la postura que se observe el proceso, se logrará apreciar como ha intervenido en las formas tradicionales de organización que poseían las ciudades.

En cuanto a su aspecto territorial, se contempla como éstas han ido adaptando su composición en base a las nuevas políticas de planificación, las cuales han dado cabida para que el fenómeno esté reformando el paradigma de la ciudad, reflejándose esta condición, a través de la renovación de barrios y de modernas edificaciones que le han dado un nuevo concepto a la configuración de las metrópolis. Un estudio realizado por la consultora inmobiliaria Toctoc.com (2015, El mercurio), advierte que hasta ahora, la presencia de edificios era un representante fiel del centro de Santiago, sin embargo, esta situación ha ido mutando a causa de la homogeneización en cuanto al estilo de la vivienda del espacio urbano, ya que la edificación “en vertical” de la comuna se ha expandido hacia otras alledañas⁴ cercanas al casco histórico, en donde predominaba la presencia de barrios residenciales poblados mayormente por viviendas tipo casas.

Además, éste ha promovido la migración de nuevos habitantes a estos sectores, por tanto, junto con regenerar el tejido social de sus alrededores, está modificando el estilo de vida tanto de las personas que llegan a poblar la ciudad como de las que se marchan de ella, provocando una alteración por

⁴ Las comunas Independencia, Quinta normal y Estación central.

parte de los individuos en cuanto a las maneras de relacionarse entre sí y con sus propios entornos, puesto que la forma convencional de habitar que se había desarrollado hasta hace unas décadas atrás, ha variado a casusa de las nuevas exigencias que impone la vida contemporánea. Así lo corrobora Pablo Contrucci, el actual Jefe de la división de desarrollo urbano del Ministerio de Viviendo y Urbanismo, afirmando que este nuevo proceso de densificación por el que atraviesan las ciudades “es un fenómeno que afecta la imagen urbana y la calidad de vida en los barrios. No es la altura por si misma, sino la escala de esos grandes edificios, la manera en que las veredas se van desertificando porque hay menos puertas y menos interacciones entre lo privado y el espacio público” (2013, El Mercurio).

Del mismo modo, a través de sus estrategias metodológicas, el fenómeno involucra una diferenciación del paisaje en cuanto al rediseño del espacio urbano, que según Harvey (2013), bajo los mandatos de las economías modernas, involucra inevitables procesos de desplazamiento de la población y desposesión de sus bienes en pro del crecimiento de las grandes ciudades. En este contexto, los espacios creados sugieren nuevas formas de apropiación y señalan una particular relación de poderes y disputas por el territorio, considerándose entonces que éste mantiene estrecha relación con los intereses colectivos de la sociedad. Por lo mismo, surge la necesidad de ir gestando un saber más completo del tema, con el objeto de disminuir la desinformación en que se ha mantenido hasta el momento y así lograr ser percibido por un mayor espectro de personas, que a su vez, comenzarían a comprender en qué consiste el proceso que han venido enfrentando de manera silenciosa. Al respecto, cabe indicar que a pesar de las investigaciones que se han llevado a cabo hasta ahora evidenciando los cambios sociales que éste conlleva, no es una temática de dominio masivo por parte del entendimiento colectivo⁵, ya que, pareciera

ser que ha pasado desapercibido ante los sujetos que no tienen relación con las áreas que se han dedicado a su examen, más aún, considerando que éste se viene desarrollando hace décadas y se encuentra inmerso en el entorno cotidiano de la gente. Pues también, es imprescindible que las entidades se involucren activamente en los procedimientos que tienen incidencia en las formas de organizar sus vidas, por lo cual, este análisis se hace significativo para que la sociedad se haga cargo de un proceso que les concierne como grupo, debido a que éste trae consigo cambios estructurales tangibles e inmateriales que llegan a repercutir directamente en sus sistemas de convivencia.

Por otro lado, surge la inquietud que se interroga acerca de la manera en que será abordada esta temática, siendo adecuado esclarecer su planteamiento desde la perspectiva del diseño. Ante esto, es necesario señalar que al hablar de gentrificación, se está refiriendo a un proceso político que involucra tajantes cambios culturales, los cuales propician la necesidad de utilizar esta disciplina como una herramienta que participe activamente en su estudio. Pues así, se desea plantear el desafío de relacionar esta materia con inconvenientes de índole colectivo, ayudando a comprender “que la comunicación visual no es sólo un trabajo con comitentes de mercado, sino que también, tiene estrecha relación con problemas sociales” (Wu, 2010, p.188-190).

Asimismo, gracias a la labor que encarna el diseño, se configura la posibilidad de resolver de mejor manera la carencia del estudio interdisciplinario que enfrenta el fenómeno mediante dos aspectos. El primero se relaciona con la capacidad investigativa que esta área le atribuye a la observación del proceso, complementándolo desde su enfoque relacionado con la retórica visual⁶ del lenguaje, la cual refuerza la relación simbólica entre forma y contenido, fijando su objetivo en el acto de comunicar y lograr

⁵ Fuente: encuesta informal realizada a diferentes representantes de variadas disciplinas.

⁶ Véase R. Bathes, Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces, en Paidós Ibérica, Barcelona, 2, 1986, pp.29-47.

así una optimización en la entrega del mensaje. El segundo factor, apunta a la capacidad que éste posee de abordar la problemática desde su rol transversal, como una herramienta útil para comunicar estas ideas e ir educando a la sociedad en virtud del poder que posee para intervenir en la adquisición del conocimiento a nivel de masas. Sin embargo, dado que esta disciplina no se ha involucrado derechamente en explorar el tema a nivel local, el material aportado por esta área es escaso y no conlleva a ninguna reflexión desde su perspectiva. Por tanto, la contribución que le correspondería hacer a su examen, debiera ser a través de patrones de percepción tanto teóricos como visuales, que se ocuparan del análisis de las transformaciones espaciales que se están produciendo en las ciudades y repercutiendo directamente en la visualidad de su entorno.

Finalmente, para concluir, es pertinente señalar que al hacer partícipe al diseño del estudio de la gentrificación, se está gestando una oportunidad de poder mirar el fenómeno desde otro punto de vista, que abre su espectro cognitivo y lo lleva a un plano que no ha afrontado antes, situándolo ante nuevas oportunidades y desafíos que representan un escenario propicio para complementar su análisis global, y así lograr ser un componente que integre el trabajo de investigación multidisciplinario que se propone construir.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 General

Investigar el impacto producido por el proceso de gentrificación en el espacio público, analizando las abruptas consecuencias y alteraciones provocadas por este fenómeno en la visualidad del entorno urbano.

1.3.2 Específicos

1. Definir el concepto de gentrificación, antecedentes, desarrollo y conceptos asociados.
2. Investigar acerca del proceso de gentrificación en la comuna de Santiago.
3. Evidenciar los cambios tangibles provocados por el proceso de gentrificación en la visualidad del entorno cultural, dentro del contexto urbano local.
4. Generar una reflexión en base a las ideas planteadas entre gentrificación y espacio público urbano.
5. Establecer las bases para fijar proyecciones fundadas a raíz de la investigación.

2. Antecedentes

2.1 Registro de información

1) Gentrificación. Antecedentes generales dentro de un contexto global

El neologismo gentrificación, proviene de la palabra inglesa “gentrification”, término que tiene su raíz en el nombre del grupo social inglés “gentry”, que se componía por la baja y media nobleza del siglo XVII, quienes debían sus propiedades y estatus a la expropiación de tierras en barrios de la clase trabajadora. Para adaptar la expresión al español, se ha utilizado su traducción literal, sin embargo, la RAE no reconoce el vocablo como tal, por tanto, palabras como “aburguesamiento, elitización o aristocratización”, han sido utilizados para referirse a su significado.

La primera mención lingüística que se conoce del término, se remonta a la década de los 60's gracias a la socióloga Ruth Glass (1964), quien se refirió al fenómeno con el nombre que hoy se le reconoce, señalando que cuando la “gentrificación comienza en un barrio, avanza rápidamente hasta que todos o la mayoría de los ocupantes iniciales, miembros de la clase trabajadora, son desplazados, así se modifica el carácter social del barrio” (Glass, 1964 citado en Smith, 2012), refiriéndose a los cambios urbanos y sociales experimentados en Londres en aquella época.

Por otra parte, para comprender de manera más profunda el origen de este fenómeno, es necesario contextualizarlo dentro de un marco histórico que tiene cabida desde la segunda mitad del siglo XX hasta nuestros tiempos. Esta época presentó

fuertes cambios políticos y sociales para los países industrializados del mundo, debido a que las grandes metrópolis comenzaron a experimentar una progresiva transformación en sus zonas centrales, en donde se intervinieron antiguos y deteriorados barrios a través de nuevas edificaciones que repoblaron estos espacios, suscitando alteraciones en su composición estructural, funcional y cultural. Las causas que generaron estas modificaciones, fueron de la mano con los procesos económicos globales que se producían en aquel entonces, marcando la pauta para definir el entorno urbano contemporáneo. Según Lefebvre (1968), el punto de partida de su planificación actual, tiene como antecedente principal la ciudad “industrializada”⁷ de mediados del siglo XVIII y principios del siglo XIX, planteando que:

“Este proceso es el motor de las transformaciones de la sociedad desde hace siglo y medio. Distinguiendo entre inductor e inducido, podríamos situar como inductor al proceso de industrialización, y enumerar entre los inducidos a los problemas relativos al crecimiento y planificación, a las cuestiones que conciernen a la ciudad y al desarrollo de la realidad urbana, y por último, a la importancia creciente del ocio y de las cuestiones referentes a la «cultura»”(p.17).

La era industrial, fue un periodo caracterizado por las mejoras en la productividad agrícola, las que desencadenaron una migración de la mano de

⁷ Esta nace tras una fuerte transformación provocada por la revolución industrial, en donde a grandes rasgos, aumenta la población por la llegada de numerosos inmigrantes, el desarrollo de nuevas maquinarias facilitó la manufactura en otras industrias e incrementó también la capacidad de producción y el desarrollo de los medios de transporte (ferrocarril, tranvía y carretera después), permitiendo un aumento progresivo de la superficie ocupada y favoreciendo la expansión del comercio por la mejora de las rutas de transporte, lo cual entendió la urbe a través de estas vías de comunicación.



— Gentrificación en las zonas de Lima que se están transformando. Av. La Mar, Miraflores, Lima.

obra rural hacia la ciudad, modificando la labor de los trabajadores en pos de forjar un sistema que consolidaría una economía basada en la producción manufacturera. Posterior a esta fase, a mediados del siglo XX, se originó una nueva etapa en donde los centros urbanos dejarían de concentrar la construcción de viviendas y fábricas para comenzar a especializarse en actividades terciarias, lo cual implicó un desplazamiento del sector industrial y empresarial hacia la periferia. Por esta razón, ante los cambios estructurales que se experimentaban en aquel entonces, la población se desplazó hacia zonas cada vez más alejadas del centro, transformando la función de la ciudad moderna en un eje administrativo que la posicionaría como el motor de la economía global. En el presente, la

configuración de éstas ha vuelto a mutar gracias a las nuevas políticas de reconstrucción, las que desde hace algunas décadas se encuentran incentivando la migración desde los polos limítrofes de la metrópolis hacia el centro, estimulando a la población a residir en sectores cercanos a sus lugares de trabajo, estudio y ocio.

Por consiguiente, la gentrificación constituye una sucesión de acontecimientos pertenecientes al ámbito urbano, que se han venido desarrollando desde hace décadas, logrando incluso instalarse hoy en día como un mecanismo contemporáneo y activo. Además, “si bien el proceso resulta muy evidente a escala de barrio, representa asimismo una dimensión integral de reestructuración

global” (Smith, 2012, p.102), debido a su evidente incidencia en diferentes partes del mundo⁸, en donde representa un elemento central ante las metodologías de planificación actuales que vienen a proporcionar nuevas significancias a los espacios públicos y residenciales.

Desde sus inicios, el análisis del fenómeno ha sido un tema controversial rodeado de cuestionamientos desde la interpretación de su significado como concepto, hasta el enfoque sistemático de su estudio. Por lo mismo, hay que dejar claro que la gentrificación no ha evolucionado de la misma manera en los diferentes lugares en que se ha manifestado, sino más bien, ha avanzado acorde a las condiciones locales de las distintas partes del mundo en donde se observa su presencia. No obstante, existen patrones comunes que normalizan su conocimiento, surgiendo la necesidad de construir una definición general a partir de la idea que nace de concebir el proceso como un conjunto de transformaciones tangibles e intangibles: arquitectónicas, políticas, económicas, sociales y culturales. Estas son llevadas a cabo por lo general, dentro del tejido urbano, en donde surgen disputas por un territorio que solía encontrarse abandonado económicamente y desplazado por el interés de la sociedad, habitado por grupos de personas de bajos ingresos que se han visto obligados a abandonar sus

lugares de residencia para dar paso a nuevos núcleos sociales que vienen a apoderarse de este espacio.

El proceso está caracterizado además por condiciones impuestas según las políticas contemporáneas de libre mercado que rigen los procesos de reestructuración metropolitana. En primer lugar, cabe destacar que este fenómeno es un efecto propio del capitalismo de segunda mitad del siglo XX, el cual tiene como escenario principal las ciudades neoliberales⁹ que se encuentran estrechamente ligadas a una lógica de urbanización regida por políticas económicas actuales. Al respecto, Harvey (2003), geógrafo y teórico social británico afirma que:

“Empujados por la competencia, los capitalistas individuales buscan ventajas competitivas en el seno de esa estructura espacial y tienden, por consiguiente, a desplazarse a los lugares donde los costes son más bajos o la tasa de beneficio más alta (...) Todo esto subraya la importancia de la posibilidad de mover de un lugar a otro mercancías, capacidad productiva, gente y dinero, para lo que son decisivas las condiciones que prevalecen en las industrias de transporte y comunicaciones” (pp.84-86).

⁸ Los diferentes ejemplos estudiados, muestran que el desarrollo del fenómeno a pesar de ser de carácter global, está cargado de múltiples particularidades que dependen de los contextos locales y nacionales en donde se desarrolla. Esta condición es observable de forma indirecta a través del significativo número de casos que han sido analizados en diferentes ciudades del mundo como: Estambul: Ergun, N. *Gentrification in Istanbul*, 2004; Shanghái: Wang, J. & Siu Yu La, S. *Gentrification and Shanghai's new middle-class: Another reflection on the cultural consumption thesis*, 2009; Singapur: Wong, Tai-Chee. *Revitalising Singapore's Central City through Gentrification: The Role of Waterfront Housing*. Urban Policy and Research, 2006; Buenos Aires, Santiago, Ciudad de México y Madrid: Hidalgo R. & Janoschka M. *La Ciudad Neoliberal. Gentrificación y exclusión en Santiago de Chile, Buenos Aires, Ciudad de México y Madrid*, 2014; Berlín: Bader, I. & Bialluch, M. *Gentrification and creative class in Berlin Kreuzberg*. In Porter, L. & Sahw, K. (eds.). *Whose Urban Renaissance: An international comparison of urban regeneration strategies*, 2009; New York y Londres: Smith N. *The new urban frontier gentrification and the revanchist city*, 2006; entre otros.

⁹ En la obra *La Ciudad Neoliberal* (2014, p.12), se cita a Brenner & Theodore (*Cities and the geographies of "Actually Existing Neoliberalism"* *Antipode*, 2002, p.375) especificando que los espacios de la neoliberalización se caracterizan por importantes cambios institucionales en la política urbana, tales como: la creación de redes de negocios dirigidas por colaboraciones público-privadas; nuevas formas de la política de desarrollo económico local que fomentan la cooperación entre empresas; la implementación de programas basados en la comunidad para paliar la exclusión social; la promoción de nuevas formas de coordinación interinstitucional y creación de redes entre las distintas esferas anterior a la intervención estatal local y la formación de nuevas instituciones regionales que promueven la coordinación intergubernamental y el marketing urbano.

Esto demuestra una explicación de la causa principal que ha desatado el progresivo desarrollo urbano, puesto que el mercado ha potenciado el repoblamiento del centro de las ciudades, reedificando sobre antiguos barrios en donde los inmuebles y terrenos se encontraban devaluados y cuyos moradores fueron desplazados hacia otras zonas obligados a vender sus terrenos a un bajo costo. Este cambio en el mercado del suelo es denominado por Smith como *rent gap* o brecha de renta, característico de los emplazamientos con políticas de urbanización pro empresariales¹⁰. Conocida también como “diferencia potencial del beneficio”, se define como un sistema que logra sacar partido del suelo mediante su uso más provechoso (lucrativo). Representa una diferencia entre la renta del terreno real y la potencial, en donde la primera sólo podrá igualar a la segunda cuando esta logre alcanzar el desarrollo a través de proyectos de reconstrucción. Este proceso se enmarca dentro del ciclo de vida de los barrios, los cuales luego de atravesar por una fase de crecimiento, caen en un período de devaluación



— Edificios de inicios del siglo XX deteriorados junto a una torre de lofts recién construidos en la Colonia Roma de la Ciudad de México.

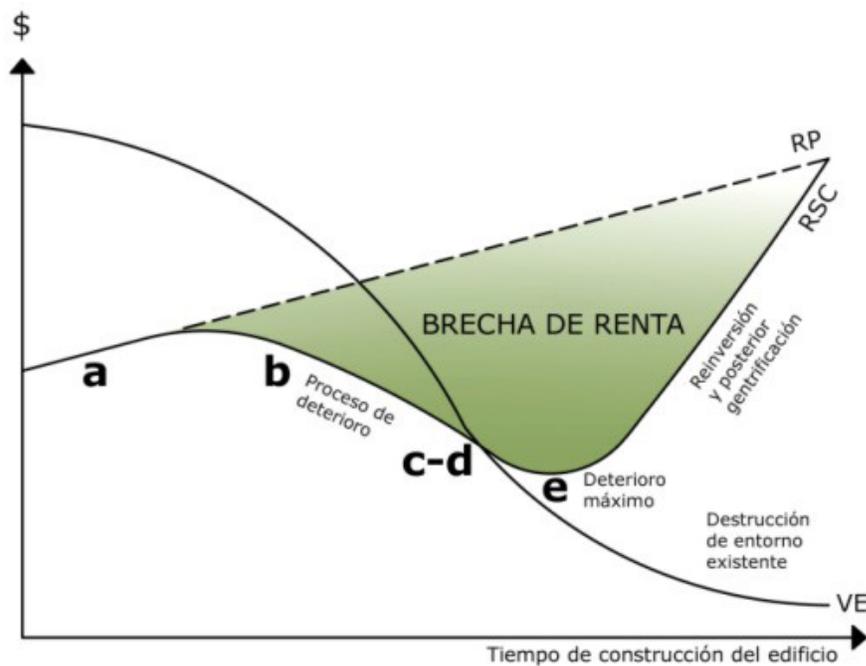
de los terrenos o inmuebles pertenecientes tanto al área de la vivienda como del comercio, los que después de cierto tiempo son revitalizados por medio de nuevas edificaciones o por la renovación de las ya existentes, involucrando desde propietarios, gobiernos estatales y locales, entidades financieras hasta empresas privadas. Estas últimas son pieza fundamental en el desarrollo de la gentrificación, ya que por medio del avance inmobiliario en las zonas en remodelación, reconstruyen barrios y encarecen los precios de las nuevas viviendas, expulsando así a los antiguos habitantes que pertenecían al sector para recibir a grupos sociales de mayor ingreso que vienen a redefinir el concepto de ciudad a través de sus nuevas formas de habitar, abriendo paso a una etapa de “especulación inmobiliaria”¹¹ en barrios que potencialmente cumplen con los requisitos para su renovación.

En lo que respecta a su impacto e incidencia alrededor del mundo, es posible apreciar que el fenómeno se ha convertido en un elemento fundamental en las políticas globales que rigen la planificación urbana en los países desarrollados. Smith (2009) lo identifica como un conector clave entre el cambio económico global y el destino social, puesto que a diferencia del pasado, representa un proceso que ha logrado penetrar en variadas partes del mundo, respondiendo a una estrategia de repoblación de las ciudades a través de la modificación de su espacio residencial, lo cual ha venido produciendo grandes cambios en la manera de relacionarse las personas entre sí y con su entorno.

¹⁰ En teoría, la inversión empresarial urbana busca reavivar la posición competitiva global de las ciudades a través de la liberalización de las empresas privadas (...). Mientras, las sociedades público privadas buscan atraer fuentes financieras externas como nuevas inversiones directas, las ideas para la reurbanización se originan desde el sector privado, y son mejoradas por ambientes ‘amistosos’ con el mercado, establecidos por los gobiernos locales y nacionales. El urbanismo pro empresarial no sólo implica un Estado activamente comprometido con el negocio inmobiliario, sino también con las élites empresariales y otros grupos de interés abiertamente involucrados en esferas estratégicas de los sistemas de planeación estatales y urbanos (López-Morales, 2012, pp.105-106).

Es pertinente señalar además, en cuanto al trayecto que ha venido enfrentando la gentrificación en su evolución histórica, su paso por diferentes períodos que marcaron el modo en que ésta se percibe, deduciendo que su análisis actual no es el mismo que se daba hace décadas. En sus primeros años de estudio, era abordada bajo parámetros comunes que la concebían como un suceso de carácter general, sin embargo, en el presente se ha reconsiderado su investigación, tomando en cuenta los acontecimientos individuales pertenecientes

a las localidades en donde se ha dado el proceso de forma específica. Por tanto, es tan necesario observar el fenómeno dentro de un marco social y económico global como dentro de un contexto propio, acorde a la situación que afecta a cada ciudad en particular, ya que así es posible establecer las condiciones tanto generales como específicas que lo caracterizan, identificando los factores históricos, culturales, políticos y sociales que se involucran en su desarrollo.



— Gráfico explicativo de la brecha de renta.

¹¹ Se denomina especulación inmobiliaria a la compraventa de terrenos y/o bienes inmuebles con la intención de revenderlos posteriormente, esperando obtener un beneficio económico debido a las fluctuaciones de los precios del mercado.

2) Gentrificación en la comuna de Santiago

Al igual que en diferentes ciudades de Latinoamérica, el centro de Santiago experimentó en el 1900 una serie de etapas acordes a los procesos políticos, sociales y económicos que ocurrieron en el resto del mundo. Uno de los primeros cambios está relacionado con la pérdida de su función residencial, debido al abandono que sufrió el sector gracias a los grupos acomodados que se trasladaron a la zona oriente. Esto a su vez, propició la migración campo-ciudad por parte de la población que habitaba en las áreas rurales y que se hallaban en busca de nuevas oportunidades, asentándose en grandes casonas subdivididas para albergar a los nuevos grupos que fueron modificando el tejido social que solía mantener la urbe en aquel entonces.

Hacia la década del 40, el centro de la capital concentraba un significativo volumen de la población. Con el paso de los años, este fue gradualmente disminuyendo¹² y perjudicando el entorno físico de los barrios que formaban parte de este circuito, ya que favoreció las malas condiciones de conservación de las edificaciones y su pronto deterioro, puesto que “la comuna de Santiago, que hasta 1910 comprendía aproximadamente el radio urbano total de la capital de Chile, no solamente no creció, sino que vio disminuir su población, convirtiéndose, cada vez más, en un centro administrativo y comercial con escasa población residencial” (De Ramón, 2000, p.203).

Posteriormente, los daños provocados en los inmuebles del sector gracias al terremoto del año 1985, agravaron la situación de deterioro material en el que ya se encontraban, debilitando además su condición social y funcional. Esta situación

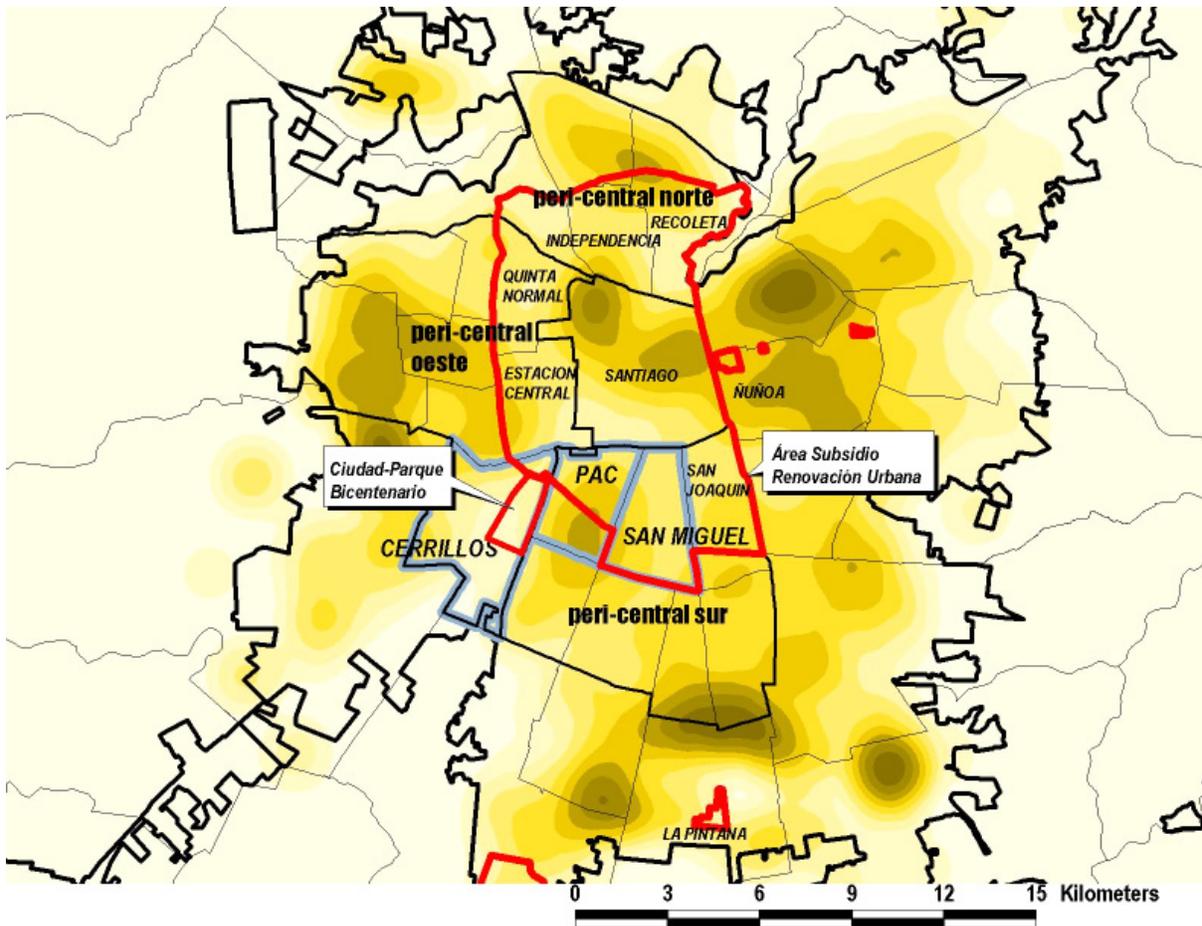
favoreció la aparición de un nuevo período demográfico para la ciudad, en donde se llevó a cabo un proceso de erradicación periférica promovido por el estado en los años 1980, el cual se encargó de poblar las zonas alejadas del centro al expulsar a las clases más vulnerables que allí habitaban, trayendo consigo el abandono progresivo del territorio. Sin embargo, luego de haber puesto en práctica estas medidas, la Corporación para el desarrollo de Santiago (CORDESAN)¹³ concluyó que desde el punto de vista económico, era más rentable habitar el centro de Santiago que concentrar a la población en la periferia, lo cual fue el pilar que rigió las políticas habitacionales que se adoptarían a futuro.

Es justamente en este período cuando comienza a gestarse la valorización del área central, paralelamente con la idea del municipio de renovar la comuna a través de políticas que estimularan a la población a reconsiderar esta zona como una opción para la adquisición de viviendas. Del mismo modo, a inicios de los noventa se creó el Subsidio de Renovación Urbana (SRU)¹⁴, el cuál según el MINVU se restringía a:

“Viviendas emplazadas en Zonas de Renovación Urbana (ZRU) o Zonas de Desarrollo Prioritario (ZDP) (...). Mientras las primeras corresponden a áreas creadas para “favorecer la renovación o recuperación de barrios antiguos dentro de la Ciudad”, las segundas –en tanto– constituyen áreas definidas para “impulsar el desarrollo equitativo de la ciudad, atrayendo inversiones del sector privado” (Arriagada, Moreno y Cartier, 2007, p.11).

¹² Los datos recopilados por Armando de Ramón (2000, p.203) en su libro Santiago de Chile (1541-1991): Historia de una sociedad urbana, demuestran que según los censos de 1940, 1952, 1960 y 1970, la comuna de Santiago tuvo un índice de crecimiento negativo a diferencia del resto, que se caracterizaron por mantener un crecimiento sostenido de población.

¹³ La Cordesan, es una entidad privada con personalidad jurídica sin fines de lucro que promueve el desarrollo social y urbano de Santiago, fomentando la colaboración entre la Municipalidad de Santiago, el sector privado y la comunidad. Se encarga de impulsar iniciativas en los ámbitos del desarrollo urbanístico, económico, social y cultural, destinadas a elevar la calidad de vida de los residentes y a ofrecer las mejores condiciones a los emprendedores privados en los diversos barrios y sectores de la comuna.



— Concentración de total de vivienda construida (1980-2001), Comunas peri-centrales, Zona de Subsidio de Renovación Urbana y Localización Ciudad-Parque Bicentenario

¹⁴ El Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU), define al SRU como un programa habitacional que surgió en respuesta a los procesos de despostramiento y de deterioro físico y funcional del casco central de las grandes ciudades del país, especialmente tras el impacto del terremoto de 1985. El Subsidio operado hasta ahora consistió de una ayuda económica directa no reembolsable que el Estado chileno otorga a postulantes individuales y colectivos para financiar la compra o construcción de una vivienda económica (de un valor igual o inferior a 2.000 UF y cuya superficie edificada no sea superior a 140 m²) nueva o aquella que resulte de la reparación o alteración de edificios ya construidos que se acojan al DFL2, según norma especial (Arriagada, et. al, 2007, p.11).

De esta forma, se fue desencadenando un movimiento socio espacial centrípeta¹⁵ que revalorizó los espacios urbanos de la capital para su uso residencial e impulsó la construcción habitacional en ellos. Además, se hizo necesario incentivar la inversión inmobiliaria para lo cual se modificó el Plan Regulador Comunal, pretendiendo reformar las alturas establecidas de las edificaciones y así incrementar la demanda de departamentos ubicados en el centro, siendo el área inmobiliaria la directa beneficiada, ajustando su oferta en función del subsidio y de la nueva demanda generada en barrios históricos, los cuales prontamente vieron amenazado su valor patrimonial.



— A un costado del Instituto Nacional, por la calle Alonso de Ovalle, entre Arturo Prat y Serrano, una deteriorada mole de tres pisos, en total abandono, es el último vestigio de una época dorada. Hace 100 años albergaba al American Cinema y hoy, junto al Teatro Municipal, es el único edificio que queda en pie de los 53 que exhibían películas en la capital en 1910.

Fue así como en el marco de la globalización económica de la década del 90', surge el proceso de gentrificación en Santiago gracias a las medidas tomadas por el gobierno local de aquel entonces, las cuales respondieron al esfuerzo de orientar el crecimiento y la expansión financiera a través del desarrollo de la economía en los espacios centrales



— Pasaje residencial con edificios de renovación urbana en el fondo, comuna de Santiago-Centro.

de la comuna, reestructurando este sector de la ciudad y sus zonas pericentrales¹⁶ para consolidar así su rol residencial, comercial e industrial. De esta manera, los habitantes de mayores ingresos se fueron apropiando del entorno debido a su movilidad domiciliaria centrípeta, desencadenando ciertos procesos sociales que redefinieron el espacio urbano y le otorgaron un rol fundamental a las nuevas formas de vida que están llevando las personas en la actualidad. Estos cambios, además están asociados a modificaciones tales como la reducción del tamaño promedio del hogar y al aumento de las viviendas unipersonales, lo cual se debe a la alta demanda

¹⁵ El concepto centrípeta, se refiere a la dinámica expansiva que experimenta un territorio hacia sus sectores céntricos, actuando contrariamente al proceso de crecimiento periférico.

¹⁶ El pericentro es el territorio que rodea el centro de un lugar determinado. Para el caso de Santiago, este comprende las comunas aledañas al centro de la capital: Recoleta, Independencia, Quinta Normal, Estación Central, Pedro Aguirre Cerda, San Miguel, San Joaquín, Ñuñoa y Providencia.

por parte de jóvenes universitarios o parejas sin hijos que son atraídos por la oferta cultural, la comodidad de desplazamiento, la conectividad y proximidad a redes sociales, reflejando el tránsito de profesionales que se encuentran estudiando o trabajando en la comuna. (Contreras, 2011, p.101).

Asimismo, la preferencia por una vida metropolitana ha favorecido al capital inmobiliario privado que rentabilizó el espacio residencial, interviniendo barrios históricos como Brasil, Concha y Toro, Yungay, República, Lira y Almagro, Ejército, Centro histórico, San Francisco, Parque Club Hípico y Santa Lucía, en donde se han visto favorecidos los procesos de verticalización¹⁷ y densificación¹⁸, debido a una política urbana que poco ha tomado en cuenta el patrimonio que representan estos lugares en su afán de sobrepoblarlos desmedidamente, con edificaciones que reemplazan antiguas construcciones y que ponen en riesgo la sustentabilidad de los barrios al encontrarse en constante renovación.

Por último, es posible identificar como el proceso de gentrificación en Santiago centro está atravesando por una etapa caracterizada por el permanente movimiento en que se encuentra su población, causando una mezcla del tejido urbano reflejado en el espacio que han tenido que compartir antiguos residentes con nuevos vecinos (entre ellos migrantes latinoamericanos). Esto evidencia un notorio contraste social en los barrios, que previo a este período, atravesaron por un proceso de turgurización¹⁹ y actualmente se ven enfrentados a cambios socio espaciales significativos, basados en la expansión acelerada y el reemplazamiento masivo que está explotando el espacio físico habitable, a causa del modelo de vivienda en altura que predomina en la actualidad.



— Paisajes en Renovación urbana en la Av. Santa Isabel, Santiago.

¹⁷ El proceso de verticalización, es un proceso que refleja el crecimiento inmobiliario de un territorio basado en la construcción de inmuebles en altura.

¹⁸ El proceso de densificación urbana se define como el aumento de población en una ciudad, la cual se va saturando de edificaciones que albergan a estos nuevos habitantes en lugares cada vez más reducidos.

¹⁹ El término turgurización no se encuentra definido por la RAE, sin embargo proviene de la palabra tugurio que significa habitación, vivienda o establecimiento pequeño y mezquino. Por tanto, se puede determinar su significado como una situación urbana en donde se produce una alteración del espacio, reduciéndose y provocando malas condiciones para vivir.

3) Nociones en torno a los conceptos: espacio, entorno, territorio y habitar

Para entender en profundidad los aspectos que comprende el proceso de gentrificación en la actualidad, es necesario situarlo dentro de un contexto que nos permita percibir de forma tangible los cambios que trae consigo este fenómeno. Por lo mismo, se vuelve indispensable abordar los conceptos de espacio, entorno y territorio, ya que están cargados de significado al condicionar los diferentes modos de habitar que desarrollan las personas al hallarse en un determinado lugar, lo cual mantiene directa relación a la hora de entablar un diálogo más extenso con los asuntos que se ven involucrados en este proceso de transformación urbana.

3.1) Espacio

Para comenzar, diremos que el concepto de “espacio” proviene del latín *spatium*, que significa todo lo que nos rodea. Sin embargo, al margen de su raíz etimológica, este se caracteriza por poseer variadas interpretaciones que dependerán del área que lo definan, por tanto, su concepción general se ha construido en base a una perspectiva multidisciplinaria, en donde a lo largo de la historia, su interpretación ha pasado por numerosas tendencias de pensamiento. La definición aristotélica de lo que se entiende por espacio, se refiere a los límites que existen en relación con otras cosas, es decir, al lugar determinado que ocupa algún objeto. Por su parte, la visión de Kant, se refiere a que existen estructuras anteriores a la experiencia del conocimiento de alguna cosa, lo cual viene a situar el espacio dentro de un área que involucra la intuición del individuo, en función de la manera en que este organizan los objetos físicos como un rasgo a priori del conocimiento que se tiene de ellos, aseverando que el espacio existe antes de la percepción que se tiene de él. Sin embargo, cuando el filósofo alemán Martín Heidegger habla del espacio, se plantea su significado a partir del lenguaje, señalando que este no se define desde un ámbito físico o geométrico (que no se encuentra

dado de antemano), sino que este se despliega cuando se desarrollan las actividades de la vida cotidiana, reproduciendo directamente el espacio a partir de la acción del habitar humano (Heidegger, 1969).

Por otro lado, para guiar este concepto hacia un marco de investigación relacionado con la temática principal de esta investigación, es necesario tomar en cuenta su mirada geográfica, la cual se preocupa de la relación generada por los grupos humanos en función de su medio ambiente. El espacio visto desde la geografía se define como un área física establecida por la sociedad, en donde se desenvuelven los individuos e interactúan entre sí y con el medio que los rodea. Por tanto, se puede definir además como el resultado de una construcción social que hace referencia a las estructuras políticas, económicas y culturales, pertenecientes a los núcleos humanos que se encargan de darle carácter a su entorno. Pues bajo estas condiciones, se entienden los espacios como una construcción que supone una mezcla de influencias aportadas por épocas pasadas (prehistoria, medieval, industrial, etc.) y por la que transcurre actualmente, en donde las condiciones de conectividad y globalización están moldeando una nueva organización del espacio, y así de esta forma, cada período se identificaría con una lógica espacial acorde a la época y a los procesos que la identificaron, reflejando los distintos modos de habitar que ha desarrollado el ser humano a lo largo de la historia.

Hoy en día, las nuevas generaciones han optado por la centralidad y la cercanía que brinda la ciudad, lo cual ha permitido un progresivo aumento en la urbanización de espacios que antes se encontraban bajo distintos parámetros funcionales. Según datos del informe *Perspectivas Mundiales de Urbanización*, realizado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), demuestran que el 54% de la población mundial actual reside en áreas urbanas, y se pronostica que para el 2050 llegará al 66%, demostrando así la tendencia que han seguido los grupos humanos al preferir habitar las zonas céntricas de la ciudad debido a su condición de interconectividad. A partir de esto, uno de los

modos que utiliza la gente para configurar los lugares que habita, puede ser analizada a través de la sintaxis del espacio²⁰, la cual consiste en técnicas de análisis para ayudar a representar las potenciales consecuencias sociales en el diseño de estos espacios, es decir, la manera de ordenarlos ocupándose de la relación entre la morfología urbana y el comportamiento espacial humano.

3.2) Entorno

Por otra parte, la noción de entorno está también rodeada de diferentes interpretaciones que conforman una visión general de su significado, definiéndose así como un conjunto de elementos culturales que se ven representados por factores externos y que influyen significativamente en el estado y desarrollo de individuos y grupos sociales. Dada estas características, se identifican distintos tipos de entorno, de los cuales el cultural, social y geográfico son los que se tomarán como referencia para el desarrollo del proyecto.

— Entorno cultural:

En primer lugar, para determinar en que consiste el entorno cultural, es necesario previamente aclarar el significado de cultura. Al respecto, el antropólogo francés Lévi-Strauss (1979) afirma que:

“La cultura puede considerarse como un conjunto de sistemas simbólicos que tienen situados en primer término el lenguaje, las reglas matrimoniales, las relaciones económicas, el arte, la ciencia y la religión. Estos sistemas tienen como finalidad expresar determinados aspectos de la realidad física y de la realidad social, e incluso las relaciones de estos dos tipos de realidad entre sí, y las que estos sistemas simbólicos guardan los unos frente a los otros.”
(p.20)

Se entiende entonces por cultura a un conjunto de manifestaciones de los hábitos de una comunidad (sistemas simbólicos) que expresan el ambiente físico y social de una colectividad al verse mezcladas. Por consiguiente, el entorno cultural vendría siendo una acumulación de factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, etc., que rodean a objetos, entidades o épocas y determinan sus realidades al influir en sus procesos de desarrollo. En este ámbito, se desarrollan ciertas conductas que establecen pautas de comportamiento dentro de una comunidad y que son aprendidas gracias a la relación que mantiene el individuo con su entorno social. Lévi-Strauss se refiere además a que “el hombre es un ser biológico así como un individuo social. Entre las respuestas que da a las excitaciones externas o internas, algunas corresponden íntegramente a su naturaleza y otras a su situación” (1949, p.35), por ende, el entorno cultural pasa a ser un escenario en donde el sujeto se vuelve consciente en función de su existencia dentro de la sociedad, al ir aprehendiendo las normas que se han establecido a su alrededor.

— Entorno social:

Del entorno cultural entonces se desprende el social, que por su parte se refiere al contexto de un grupo de personas que tienen en común una cultura e interactúan entre ellos, para así formar una comunidad que comparte las mismas costumbres y factores políticos, económicos, históricos, etc., convirtiéndose en parte fundamental de la identidad tanto individual como de masas. El ser humano es un ente de rasgos sociales, cuyo desarrollo está intrínsecamente ligado a los vínculos que establece con su entorno. Esto se refiere a que son ellos los que componen el medio social, el cual a su vez incide sobre sus propias realidades, por lo mismo, el comportamiento de un sujeto no puede comprenderse aisladamente,

²⁰ Esta se emplea para prever la relación entre los diferentes diseños espaciales y sus efectos sociales: la delincuencia, el tráfico, el flujo de peatones, la cohesión y exclusión social, etc.

es decir, sin el ambiente en donde se encuentra inmerso e interactuando constantemente, ya que este entorno ejerce una clara influencia cultural en

3.3) Territorio

Este espacio físico del que se habla, corresponde al concepto de territorio, el que con su definición ayuda a entender la relación que se genera entre espacio y entorno, y de que manera estos se involucran con el ser humano. Se entiende por territorio, aquellas superficies perteneciente a un espacio geográfico (aéreo, acuático o terrestre) que se encuentran bajo un orden administrativo (individuo, organización o institución) y que es dotada de significados legitimados por la comunidad.

Para articular una teoría más completa de este concepto, Giménez (1999) se propone partir de la noción de espacio, en donde el territorio vendría siendo el resultado de su apropiación y valorización a través de su misma representación (p.27). Por tanto, éste constituye un elemento fundamental para desarrollar el concepto de territorio, puesto que mantiene una relación de anterioridad y se caracteriza por la carga simbólica que le otorga la sociedad y que a su vez, nos indica que éste es el resultado de la posesión e integración que se ejerce sobre un espacio y las fronteras que lo delimitan. Se suele encontrar en las definiciones enciclopédicas que estos límites son principalmente geográficos, sin embargo, el territorio además del espacio físico inmediato “puede ser visto como un espacio de inscripción de la cultura, marco o área de distribución de prácticas e instituciones culturales, como objeto de representación y apego afectivo y un símbolo de pertenencia socio territorial (...) por un grupo social que se “distingue” de sus vecinos por prácticas espaciales propias” (Velasco, 1998, p. 114-116). Sack por su parte, complementa esta visión desde una perspectiva geográfica humanista del territorio afirmando que “podríamos concebirlo como una porción del espacio cargada de símbolos y de afectividad” (1988, p. 227), en donde este va más allá de su dimensión física, ya que penetra también profundamente en lo social, como una experiencia que integra naturaleza, significado y relaciones culturales.

Luego del análisis de los conceptos de espacio, entorno y territorio, es posible darse cuenta de qué modos se influyen estos entre sí y en relación con el comportamiento de las personas. El espacio se proyecta a través de una construcción social del habitar, refiriéndose a las estructuras que componen el entorno cultural. Este a su vez, mediante la interacción de los sujetos, establece normas de comportamiento que vienen a configurar el entorno social, el que en función siempre de las creencias y costumbres se apropia del espacio, lo dota de significado y lo convierte en un territorio cargado de valor. Por lo mismo, es posible afirmar que para definirse como tal, las comunidades deben estar inmersas en un contexto-lugar, “la experiencia de estar ubicado es una parte fundamental de la vida e incluye el sentido de uno mismo en cuanto a organismo inmerso en un entorno próximo” (Ibid, p. 228), por lo cual, se comprende que la importancia del espacio, entorno y territorio, posibilitan las conductas de ocupación de un lugar por parte de los seres humanos y los van transformando constantemente a causa de las distintas formas de habitar que van estableciendo en medida que interactúan con sus pares.

3.4) Habitar

Dentro de este plano, surge el concepto de habitar como la acción que llevan a cabo los individuos para apropiarse de sus espacios y darle significado a su entorno. Esta relación que se establece entre la gente y los lugares, es posible estudiarla a raíz de la descomposición del significado de habitar. El término deriva del latín *habitare*, que significa ocupar un lugar, vivir en él. Representa la interacción humana desenvuelta en el espacio que los rodea, ocupándolo y organizándolo en función de las necesidades colectivas.

Para elaborar una definición más acotada, es necesario referirse al filósofo alemán Martin Heidegger, quien explica su significado desde una perspectiva fundada en el lenguaje, en donde se declara la estrecha relación entre habitar y construir, enfocándose en el espacio que rodea a los sujetos y los hace pertenecer a él. Cabe señalar

que este construir no nace a partir de la visión arquitectónica, las edificaciones se asocian con la idea de vivienda que alberga o aloja. La construcción que describe Heidegger, va más allá de este aspecto, pues habitar es la manera en que las personas pertenecen a la tierra, manteniendo su naturaleza en el cuidar o velar por algo, ya que somos en medida que habitamos, de ello se desprende que apropiarse de un espacio implica construirlo en medida que el entorno se relaciona con el ser humano y con su modo de habitarlo.

Reafirmando lo expresado anteriormente, Roca (2006) considera que “los hombres somos existiendo, y existimos en la tierra habitando, y habitamos construyendo, y construimos no solamente para habitar sino para dejar habitar (p.22), lo cual caracteriza a los seres humanos como entes que manipulan, modifican y simbolizan el entorno que los rodea, a través de un proceso de significación, uso y apropiación del entorno que se realiza en el tiempo, y que por lo tanto nunca puede considerarse como “acabado” ya que se está haciendo continuamente” (Duhau E. & Giglia A. 2008, p.22). Por consiguiente, se entiende que el habitar es una acción inherente al ser humano, que se da por el sólo hecho de su residir en la tierra y por la relación que se gesta con el resto del grupo social.

Finalmente, se debe entender que los conceptos de espacio, entorno, territorio y habitar, no tienen una definición precisa, sino más bien, están determinados según una multiplicidad de disciplinas que han aportado con su descripción, no obstante, existe una estrecha relación entre estos términos, los cuales nos conducen a una particular visión desde el área de la filosofía y sociología. Para concluir, se da a entender al espacio como un escenario en donde se reproducen las relaciones sociales, una especie de contenedor en donde se dan estos diversos procesos. Esta interacción por su parte, es fruto del entorno que rodea a las entidades, articulándose como una reproducción intelectual humana al comprender las pautas de comportamiento que estas mismas van construyendo para establecer las relaciones con otros, y de esta forma, ir proyectando un entorno

cargado de valor, es decir, un territorio definido según las distintas maneras de apropiación que poseen los sujetos. Por tanto, estos conceptos se ven caracterizados por estar en un constante cambio a causa de la significancia cultural que ejerce el ser humano sobre su alrededor, comprendiendo que el entorno (cultural, social y geográfico) es la proyección mental materializada que desarrollan las personas de su visión de espacio, realizando esta construcción en tanto que el hombre se considera parte de una planificación social que recae sobre el habitar.

2.2 Levantamiento de información (entrevistas, encuestas, otros)

1ª. ETAPA

1.1 El proceso correspondiente al levantamiento de información, se dividió en 3 etapas. La primera consistió en la aplicación de entrevistas a académicos expertos en el tema de la gentrificación del ámbito nacional. Para esto, se utilizaron principalmente, herramientas cualitativas: entrevistas en profundidad y semi estructuradas, con el objetivo de sentar las bases para poder entender en que lugar se desarrollaba con mayor fuerza el fenómeno, para poder determinar cuáles podrían ser las posibles zonas a trabajar y a partir de esto, comenzar a establecer las primeras nociones del tipo de proyecto a desarrollar. Los profesionales a los que se recurrieron, se escogieron precisamente por destacar con diferentes publicaciones y estudios en el tema, específicamente dentro de la escena local. Éstos correspondieron a las siguientes áreas de:

- Geografía, Yasna Contreras
- Arquitectura, Ernesto López
- Urbanismo, Jorge Inzulza

1.2 Además, con el mismo fin, se asistió a los seminarios y charlas enfocados en esta temática, presentados a continuación:



— Seminario Gentrificación en Barrios Populares: amenaza de desplazamiento, potenciales de integración e implicancias de política urbana, en la facultad de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica

**LA EXPERIENCIA
ANTI-GENTRIFICACIÓN
DEL MOVIMIENTO DE POBLADORES UKAMAU**

CONVERSATORIO CON DORIS GONZÁLEZ
VOCERA NACIONAL UKAMAU



**LUNES
14 DIC.
12:00HRS.**



AUDITORIO FAU UCHILE
PORTUGAL 84, SANTIAGO

COMENTA:
SANDÍA LÓPEZ MORALES / DEPARTAMENTO DE URBANISMO UCH

MODERAN:
NICOLÁS SALAZAR / UCH
MIRIAM BRUCE / UCH

ORGANIZAN:
PROYECTO URBANISMO UCHILE
CATEDRA URBANISMO AVANZADO Y "DESARROLLO URBANO Y CENTRALIDAD"
MAG. DR. ANDRÉS PIOT MULLERBERG / ARQUITECTURA UCH

fau Facultad de Arquitectura y Urbanismo
UNIVERSIDAD DE CHILE

contested cities
SANTIAGO

cees
Centro de Estudios Urbanos y Territoriales

— Conversatorio con Doris González: La experiencia anti gentrificación del movimiento de pobladores UKAMA en la facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile.

2ª. ETAPA

2.1 A partir de la información recolectada en las entrevistas, se dio paso a la segunda etapa de levantamiento de información, la que consistió en diferentes recorridos realizados a pie por diferentes barrios de la comuna de Santiago. Para esto, se recurrió a un acercamiento cualitativo con observación participante, con el fin de poder observar el fenómeno en terreno en cuanto a sus diferentes manifestaciones y particularidades, dependiendo de la zona examinada. Los recorridos fueron registrados fotográficamente y evidenciaron sus distintas situaciones en cuanto al desarrollo del fenómeno. Los barrios visitados fueron:

- La Chimba
- San Diego
- Italia
- Yungay
- Brasil

2.2 Durante el desarrollo de esta fase, fue posible inmiscuirse con la cultura local de cada barrio, lo que permitió la realización de breves conversaciones informales a diferentes locatarios y vecinos del sector. Estas se realizaron por medio de entrevistas no estructuradas a personas al azar que se iban encontrando en el camino, con el propósito de poder entender de qué manera las personas que habitaban el barrio percibían el fenómeno. Estos diálogos espontáneos con la gente, sirvieron para entender de cerca las transformaciones que había venido experimentando el entorno y sus habitantes con respecto a la transformación social, comercial y arquitectónica de la vida del sector.

3. Estado del arte

Para establecer el estado del arte, fue necesario llevar a cabo la búsqueda de variados proyectos que tuvieran el tema de la gentrificación como eje central y se relacionaran con ideas como territorio, identidad y tradición. En el ámbito internacional, además del extenso material de estudio académico encontrado, fue posible reconocer los aportes de diferentes proyectos que trataban el tema desde diversas perspectivas artísticas. Por tanto, esta contribución permitió ver el cruce entre este fenómeno y diferentes disciplinas del área creativa, como la audiovisual, fotográfica o diseño. En el ámbito local, la contribución respecto del fenómeno, se ciñe más a estudios y análisis de académicos que muestran un enfoque científico de este. Material como papers, libros, publicaciones on-line, tesis, seminarios e investigaciones, son los que tratan el tema dentro del área nacional, centrando su estudio por disciplinas tales como la arquitectura, geografía y urbanismo.

3.1 Proyectos internacionales

A) Gentrification Battlefield (2010)

“Campo de batalla de la gentrificación”

Tipo de proyecto: video.

Creado por la agencia de marketing Golfstromen.

Animación por Coen Rens.

Música por Men of Mega.

Cliente: Mediamatic.

Este se trata de un trailer creado para un video juego, que tuvo como objetivo abordar las particularidades que se presentan en el proceso de gentrificación que se da en Noord, lugar al norte de Amsterdam. La temática del video juego, trata acerca de los habitantes de una vecindad de larga data, que luchan en contra de los nuevos habitantes por la posesión del territorio. Para dar una idea de cómo evolucionó la gentrificación en el lugar, los creadores decidieron presentar el proceso como si fuera una batalla que muestra la gentrificación de una manera completamente nueva, como un posible juego de computadora. Gentrification Battlefield, posee una estética retro, de un juego de



— Carátula de lo que sería el video juego.



— Visualización del teaser.

primera generación de PlayStation, en donde Timo, un hipster, aparece conduciendo una camioneta Volkswagen o Sjaan, amenazando a un residente de edad avanzada con el desalojo y que finalmente, el campo de batalla de la vecindad se rinde por completo ante estas señales.

El juego tiene lugar en Amsterdam-Noord, un barrio de la vida real que se ha convertido en una etapa simbólica en los conflictos sociales de los Países Bajos, con artistas e instituciones de vanguardia existentes junto a una comunidad de inmigrantes de tamaño considerable, en donde existe la tasa de desempleo más alta de Amsterdam. Por tanto, al presentar el proceso de gentrificación como una batalla real, el juego ofrece una visión de las complejidades políticas y sociales de este. Esta plataforma virtual se creó con el fin de ser exhibida en la exposición de Noord, en los nuevos medios y el Instituto de Arte Mediamatic en Amsterdam, la que consistió en obras de artistas de la misma ciudad. El proyecto nació de la mano de 21 artistas y diseñadores egipcios, de Oriente Medio y holandeses, que pasaron el verano del

2010 analizando las ubicaciones visibles e invisibles de Amsterdam-Noord, las personas y los flujos de datos, e investigando su historia y futuro. El trabajo colectivo resultó en una exposición y dio lugar a la exploración del fenómeno urbano en el barrio. Posteriormente, el proyecto fue seleccionado por el Museo de Arte Moderno de Nueva York para la exposición Talk to Me (2011).



— Captura del vídeo.

B) Brooklyn Changing (desde el 2007 hasta el presente)

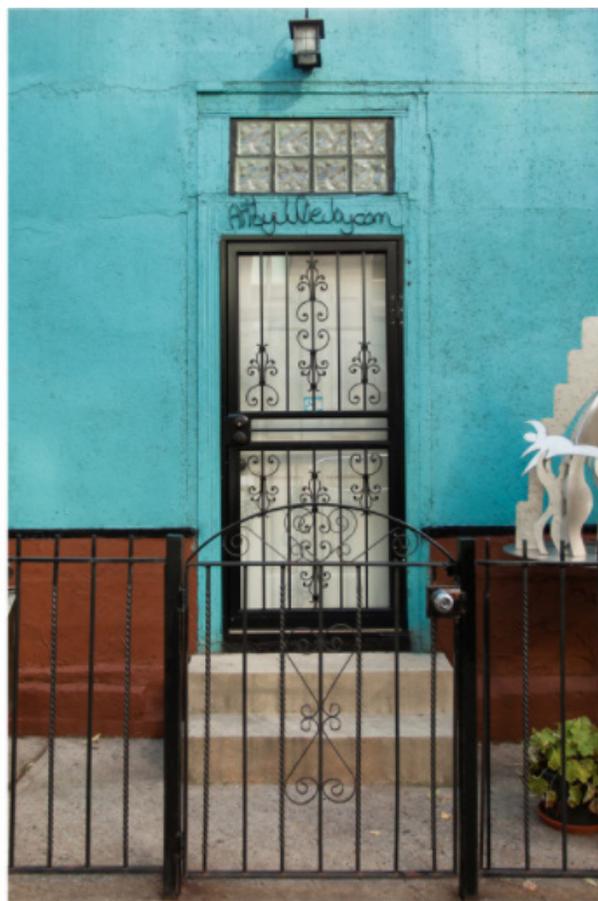
“El cambio de Brooklyn”

Tipo de proyecto: Muestra fotográfica online.

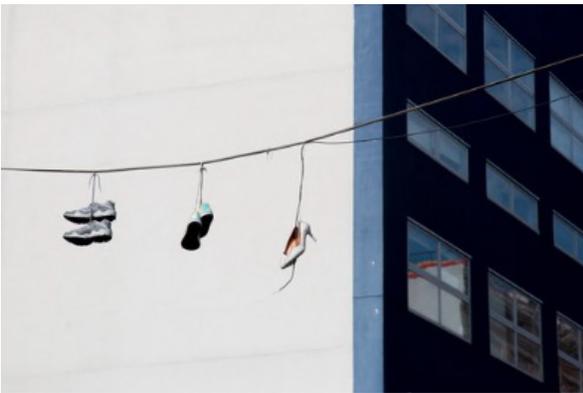
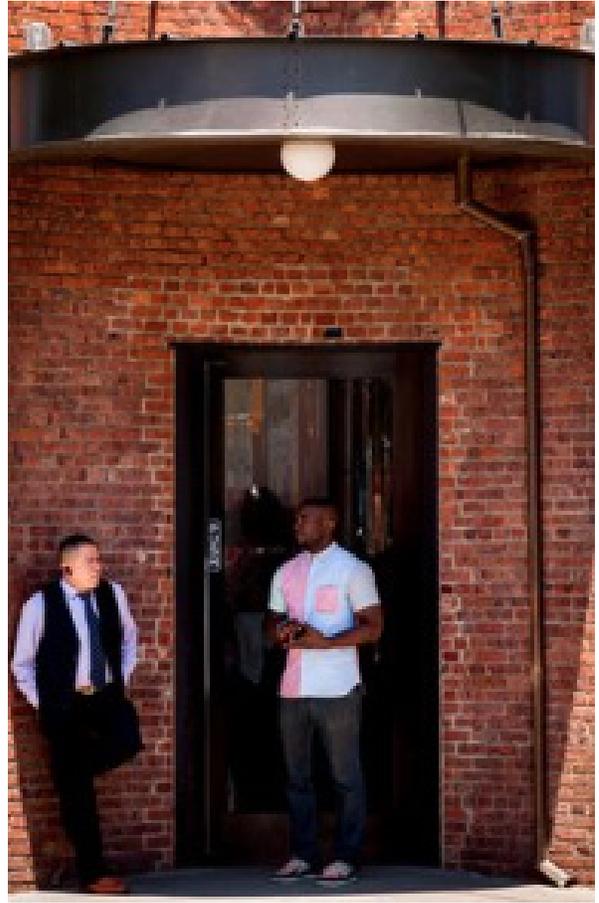
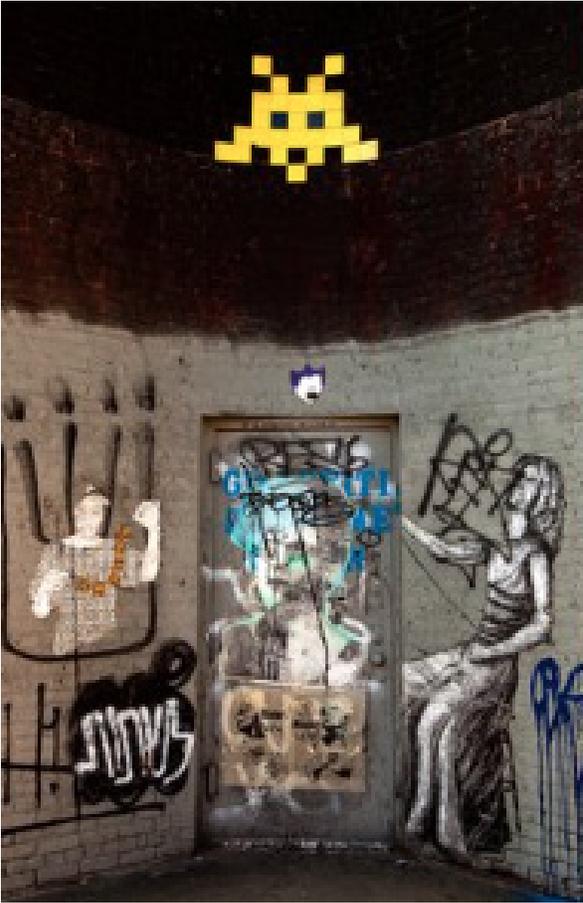
Autora: Kristy Chatelain.

El proyecto consiste en una serie de fotografías que muestran el antes y después de un barrio, en donde se evidencia la transformación socio cultural y arquitectónica que ha sufrido la ciudad de Brooklyn, luego de la llegada de nuevos habitantes al sector, denominados como la subcultura hipster. Con el transcurso de los años, la autora observó que los edificios arruinados y llenos de grafitis que componían su paisaje del barrio, se convirtieron en restaurantes sofisticados que apenas logran sugerir el alma del antiguo vecindario.

La autora, historiadora y fotógrafa, atraída por la idea de que antiguos residentes hayan dejado una carga visual importante en el barrio, documentó aquellos lugares que estuvieran en riesgo de desaparecer por las evidentes transformaciones del barrio. De aquí que nace el proyecto y retrata estos cambios y muestra como ciertos lugares fueron reconstruidos por completo, modificando sus calles y edificaciones al experimentar el aumento del alza de las rentas.



— El antes y después de la misma fachada.



— Diferentes imágenes del proyecto.

C) Store Front: The Disappearing Face of New York (2011)

“Fachada: La cara desaparecida de Nueva York”

Tipo de proyecto: Libro fotográfico.

Autores: James T. & Karla L. Murray.

Libro que documenta fotográficamente las fachadas de las tiendas y locales de generaciones antiguas en la ciudad de Nueva York. Por consiguiente, a raíz del avance del proceso de gentrificación, se hace referencia a la afluencia de grandes tiendas que representan una seria amenaza para los establecimientos humildes, y la modernización del vecindario, trae consigo su anonimato, reemplazando la apariencia única y el carácter de lo que fueron las calles del barrio. Por lo mismo, los autores quisieron resguardar las facetas vitales del patrimonio cultural de Nueva York, a través del rescate del diseño de antaño de los escaparates de tiendas que han logrado sobrevivir al fenómeno.

Esta publicación representa una guía visual de los frontis de Nueva York, compuesto por una colección

de imágenes que capturan la gráfica exclusiva del siglo IX y XX, el espíritu del barrio, la familiaridad, la comodidad y el calor que estas tiendas encarnaron una vez. Casi todos estos negocios son un reflejo de la población de inmigrantes tempranos de Nueva York, una mezcla de irlandeses, alemanes, judíos, italianos, polacos, europeos orientales y más tarde hispanos y chinos. Por tanto, reúne la autenticidad de pequeñas tiendas escondidas en estrechas calles hasta instituciones bien conocidas en avenidas históricas, presentando las imágenes individuales y las historias de dueños de tiendas que juntos forman una historia colectiva, dejando claro que el espíritu de la ciudad de Nueva York está grabado en sus fachadas.



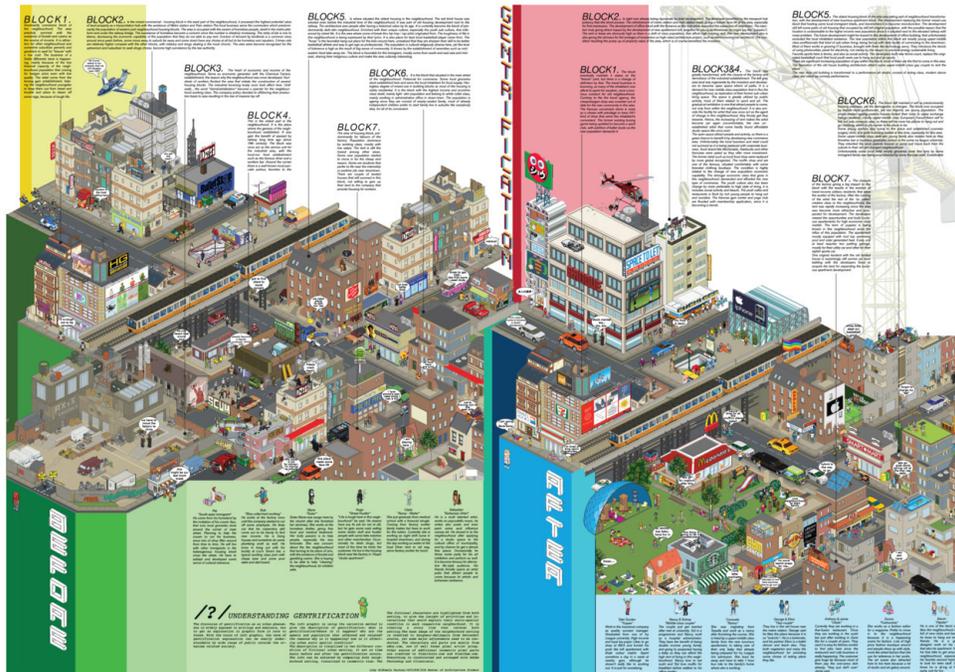
— Algunas imágenes del libro y su contenido.

D) Infografía para entender el proceso de gentrificación

Ilustración realizada para el curso CAD LOGIC, curso obligatorio en el Instituto de Arquitectura de Dessau (DIA Dessau).

Es curioso encontrar una explicación en forma gráfica del fenómeno, pues el discurso de la gentrificación está ampliamente expuesto en escritos y seminarios, sin embargo, el autor propone una infografía explicativa de este. Con las herramientas de información gráfica, su explicación puede ser fácilmente comprensible por una amplia gama de público fuera de la sociedad relacionada con el urbanismo. Por lo mismo, el autor escogió la visualización isométrica del arte del pixel con el objetivo de hacer el tema más atractivo y así poder inferir información del gráfico. Este trata de ver un entorno urbano desde arriba e intenta entenderlo mediante la observación de cada detalle de los elementos, ya que todos ellos no son simplemente decoración. La infografía utiliza un método narrativo para dar la descripción de la

gentrificación: ¿Qué es la gentrificación? ¿Dónde sucede? ¿Quiénes son los agentes y la población afectada y relacionada? ¿Por qué está sucediendo? ¿Cómo afecta la condición socio-espacial urbana? La descripción se visualiza en dos condiciones diferentes del entorno urbano ficticio, se establece en base al tiempo antes y después de la gentrificación ocurre. La presentación gráfica isométrica de imágenes de pixeles se elige como herramientas de visualización ya que puede proporcionar una visión aérea holística de la condición socioespacial. Los personajes de ficción se destacan de ambos escenarios, para dar la visión de las actividades y las interacciones que explican su condición socio-espacial en cada barrio respectivo.



— Proyecto infográfico.

Los siguientes proyectos son iniciativa del colectivo “Left hand rotation”, definido como una agrupación artística que trabaja principalmente en intervención, registro, apropiación y manipulación de video. El colectivo se estructura como entidad impersonal no asociada al individuo/autor, y aborda cada proyecto bajo la consideración de que la comunidad de recepción no es un espectador, sino parte activa imprescindible en la transformación de la realidad social, puesto que consideran que la voluntad de las comunidades de testimoniar su situación posibilita la articulación de la acción.

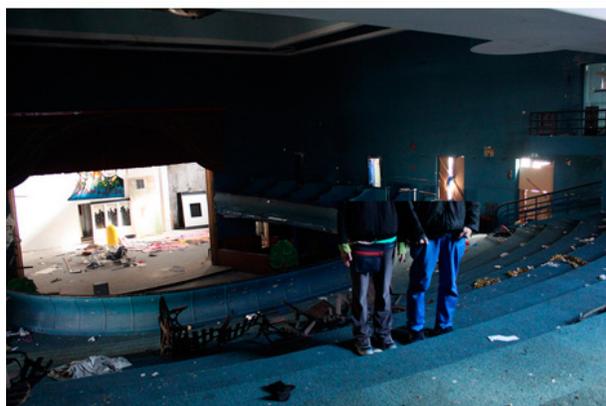
E) Lugares en Lisboa a punto de desaparecer (2016)

Autor: Colectivo Left hand rotation.

Serie de autorretratos en escenarios de Lisboa, Portugal, a punto de desaparecer (algunos ya desaparecidos en la actualidad) debido al fenómeno de gentrificación.



— Imágenes que materializan el proyecto.



F) “Gentrificación no es un nombre de señora”

Autor: Colectivo Left hand rotation

<http://www.lefthandrotation.com/gentrificacion/#>

El taller “Gentrificación no es un nombre de señora”, surge como respuesta al análisis del papel de la cultura en los procesos de gentrificación. Entre diciembre de 2010 y el 2015 el taller se impartió de forma gratuita en 10 ciudades, que por orden cronológico fueron: Bilbao (2010), Gijón (2011), Sao Paulo(2011), Brasilia(2012), Madrid(2011), Valencia (2012), Bogotá (2013), Murcia (2014), A Coruña (2015) y México DF (2015). El proceso en todos los casos pasó por una primera fase de análisis

del contexto en contacto con agentes locales, una segunda fase de exposición de conceptos y debate, y una última fase de intervención y registro del espacio urbano estudiado. Estos talleres fueron aplicados en cada barrio de manera independiente del resto de las ciudades, pues cada sector posee diferentes particularidades respecto al fenómeno, por lo mismo, la acción y conclusiones de cada uno fueron variadas.



— Afiche para difusión del proyecto.

G) El museo de los desplazados

<http://www.lefthandrotation.com/museodesplazados/>

Es una plataforma de colaboración que surge como conclusión de los talleres “Gentrificación no es un nombre de señora” en que se analiza el papel de la cultura en los procesos de gentrificación. El colectivo propone este proyecto como una plataforma abierta e incompleta, en continuo proceso de desarrollo y necesariamente colectiva, como respuesta de las administraciones públicas locales a una política del desarrollo urbano global cuya finalidad es la implantación de lo denominado como “ciudades marca”.

Este funciona con la participación de los colaboradores locales que con sus registros dan

forma a este contenedor, y el valor único de éste son las experiencias personales e irregistrables que cada uno adquiere en el proceso. Cada ciudad tiene sus propias líneas específicas, pues cada taller conserva la autonomía de llegar a sus propias conclusiones si las desarrollara, en donde también la colectividad puede decidir aquello que hay que olvidar o recuperar. Por lo mismo, proponen trabajar desde la interrelación con los perfiles potencialmente en peligro de ser desplazados por estos procesos, acciones que impliquen documentación de los procesos o acercamiento de la información a esos perfiles.

 Colaboraciones: hand[a]lefthandrotation.com

Descarga en PDF el fanzine “*gentrificación no es un nombre de señora*”, un proyecto de Left Hand Rotation con la Facultad de Bellas Artes de la UCM.



museo de los desplazados
 archivo: localizaciones
 archivo: colaboradores
 documentación
 contacto

El Museo de los Desplazados es una plataforma de colaboración -creada por el colectivo **Left Hand Rotation**- que surge como conclusión del proyecto-taller “*Gentrificación no es un nombre de señora*” en que se analiza el papel de la cultura en los procesos de gentrificación.

MORIR DE ÉXITO
Gentrificación es un proceso de transformación urbana en el que la población original de un sector o barrio deteriorado y con pauperismo es progresivamente desplazada por otra de un mayor nivel adquisitivo, como consecuencia de programas de recalificación de espacios urbanos estratégicos.

Según la historiadora brasileña Otilia Arantes, la cultura dejó de ser un derecho conquistado por los trabajadores en el proceso de la Revolución Industrial para transformarse en el muelle propulsor de la máquina que rige el capitalismo. La instrumentalización que de la cultura se hace a favor de estos procesos de alteración de la composición social, desarticula la mayoría de las propuestas críticas que se formulan desde la acción artística, fagocitándolas con intereses inmobiliarios, empresariales, financieros...

La gentrificación afecta especialmente a la memoria colectiva barrial, imposibilitando la re-construcción del pasado, provocando la pérdida de la identidad local.

Los **desplazados** son los afectados últimos por el proceso de gentrificación.

Museo de los desplazados is a platform -created by **Left Hand rotation**- that comes as a conclusion of the project/workshop “*Gentrificación no es un nombre de señora*” in which the role of culture in the process of gentrification is analysed.

DIE OF SUCCESS
Gentrification is a process of urban transformation in which the original population of a sector or deteriorated neighbourhood and with pauperism is gradually displaced by another of higher purchasing, as a result of reclassification of land's programmes of strategic urban spaces.

According to Brazilian historian Otilia Arantes, culture ceased to be a right won by the workers in the process of the Industrial Revolution to transform into the propellant pier of the machine that governed capitalism.

The instrumentalisation made of culture in favour of these processes of alteration of the social composition, breaks up the majority of proposed criticisms which are made from the artistic action, absorbing with real estate, business, financial interests...

The gentrification especially affects to the neighbourhood collective memory, making impossible the re-construction of the past, causing the loss of local identity.

The displaced people are the last affected by the process of gentrification.

— Plataforma web de la iniciativa.

H) Creative Charlois Control

En el contexto del festival organizado por los artistas del barrio Kunstweekend Charlois 2012 propuso una acción de evaluación de riesgo, siendo el riesgo a medir la posible gentrificación del barrio de Charlois, Holanda. El riesgo se evaluó partiendo de las características sociales y económicas del barrio, y mediante la medición de los dos parámetros variables que lo determinan: la concentración de clase creativa en el espacio físico, y la acumulación de capital simbólico en el espacio subjetivo de percepción colectiva del barrio.

Trabajadores de la empresa de mediciones socio-ambientales Creative Charlois Control, llevaron a cabo en las zonas estratégicas del barrio mediciones del porcentaje de Clase Creativa y su correspondiente índice de acumulación de Capital Simbólico, catalogando los espacios en tres niveles de riesgo de gentrificación.



— Stickers para usar en los lugares evaluados.



— Registro del colectivo en acción.

3.2 Proyectos nacionales

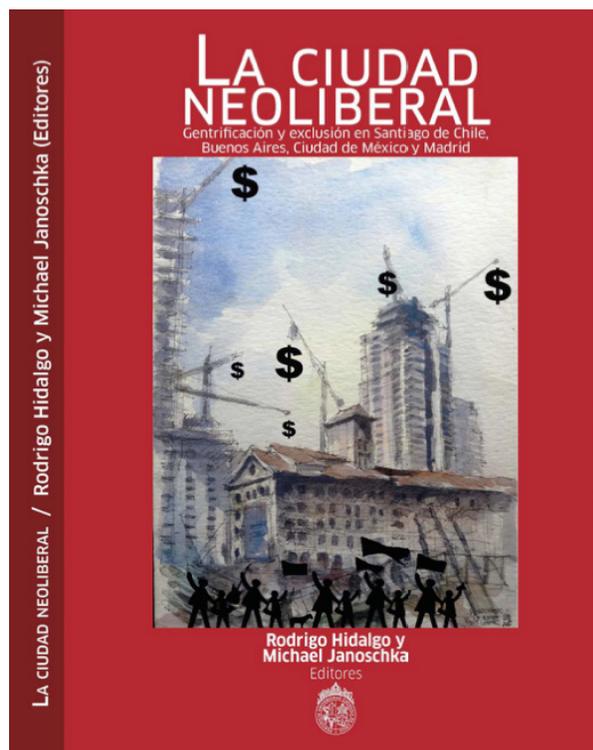
I) La ciudad neoliberal. Gentrificación y exclusión en Santiago de Chile, Buenos Aires, Ciudad de México y Madrid

Autores: Rodrigo Hidalgo y Michael Janoschka.

Se trata de una compilación que se basa en un análisis de las principales dinámicas urbanas observadas en las últimas tres décadas como consecuencia de la elaboración y aplicación de discursos y políticas neoliberales. Constituye un aporte de nuestra red para la comprensión y reflexión política del desarrollo urbano de estas cuatro urbes durante las últimas décadas – ejercicio previo a la construcción de una crítica fundada de los principales efectos territoriales de la ideología neoliberal.

J) Gentrificación en reconstrucción (2015)

Este se trató de una conferencia internacional y taller realizado en la ciudad del Talca, tuvo por objetivo hacer una revisión de los procesos actuales de reconstrucción en ciudades de escala intermedia de nivel mundial y, con especial foco, en el contexto Iberoamericano, analizando los cambios socio espaciales y procesos de gentrificación que se han generado en barrios históricos a partir de desastres naturales como terremotos, maremotos e inundaciones, entre los más importantes.



— Portada del libro.



— Plataforma web difusora del evento.

4. Marco referencial

Para el desarrollo del marco teórico, se realizó una búsqueda de publicaciones que trataran los temas de urbanización, gentrificación y patrimonio cultural. A continuación se hará referencia a los principales textos utilizados para la realización de la presente investigación.

A) Giménez G. (1999). Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural ¿Fin del territorio? Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, 5(9), pp. 25-57.

El autor aborda como problemática el territorio (y más específicamente la región), teniendo en cuenta la influencia de la globalización. El autor desarrolla el texto basándose en dos posturas sobre territorio (la de la “desterritorialización” y una opuesta esta) y los conceptos de cultura e identidad, llevándolo a exponer que la desterritorialización física no implica la una simbólica. A su vez, es una obra que permite cuestionarse ¿dónde se cruza la cultura con la noción de territorio? Pues Giménez propone estudiar la región sociocultural como centro del análisis de la relación entre territorio, cultura e identidades.

B) García Canclini, N. (1999). Globalizarnos o defender la identidad ¿cómo salir de esta opción?. En: García Canclini N., ed., La globalización imaginada, 1st ed. [online] Buenos Aires: Paidós, pp.21-44.

Este texto forma parte del libro “La globalización imaginada” (Buenos Aires, Paidós) del mismo autor, que aborda las tensiones entre globalización e interculturalidad. Se refiere además a que la globalización exacerba la competencia internacional, desestructura la producción cultural endógena, favorece la expansión de industrias culturales con capacidad a la vez de homogeneizar y atender las diversidades sectoriales y regionales. En general, se cuestiona principalmente los conceptos de heterogeneidad, diferencia y desigualdad, en donde la problemática central no está puesta en defender o no la identidad por sobre la globalización, sino que tratar este último de una manera crítica.

C) Contreras Gatica, Yasna. (2011). La recuperación urbana y residencial del centro de Santiago: Nuevos habitantes, cambios socioespaciales significativos. EURE (Santiago), 37(112), 89-113.

Este artículo, dentro de un margen de la expansión suburbana en las ciudades latinoamericanas, se centra en el estudio del movimiento residencial y espacial centrípeta en Santiago de Chile. Aquí la autora pone en valor los atributos de localización de sus espacios centrales, que lleva a plantear la tesis del regreso a la ciudad consolidada, el que tiene lugar en lo local a manos del Plan de Repoblamiento en los años noventa, cuyos objetivos se orientaron a la generación de una oferta de vivienda nueva en zonas de deterioro y en barrios consolidados y bien conectados al resto del sistema metropolitano. Por último, analiza la llegada de la oferta cultural y comercial, a raíz de la llegada de nuevos habitantes urbanos, específicamente jóvenes y adultos profesionales y técnicos que posicionaron y consolidaron al centro como uno de los espacios residenciales más dinámicos.

D) Aprendiendo de La Vega: Vitalidad e Identidad como Detonante Proyectual. María Jesús Arce S. Universidad Pontificia Universidad Católica de Chile Director: Elke Schlack

Este es un estudio que se enfoca en analizar el reemplazo del uso del suelo del comercio mayorista y la actividad de mercadeo por el de la vivienda en todo el entorno de la Vega Central, entendiendo que de esta manera, se incentiva el auge inmobiliario desregulado y posibilita la gentrificación del barrio. Señala que además, la imagen romántica de

los mercados de abastos está siendo utilizada, en muchos casos, como un catalizador para gentrificar barrios, en vez de mejorarlos de manera inclusiva, beneficiando a los grupos vulnerables de la ciudad. Ante este escenario, concluye que el Barrio La Vega se arriesga a perder sus cualidades como generador de espacios públicos vitales en la ciudad, trayendo como consecuencia el desplazamiento de los grupos vulnerables que actualmente conforman la masa trabajadora y dotan de identidad al barrio.

E) Smith, N. (2009). ¿Son los museos tan solo un vehículo al servicio del desarrollo inmobiliario? En J. Ribalta (Ed.), Ideas recibidas. Un vocabulario para la cultura artística contemporánea, (pp.130-149). Barcelona: MACBA.

El autor de este artículo, defiende la idea de que las industrias creativas son agentes en potencia del proceso de gentrificación, debido a la injerencia que tienen los artistas y las instituciones del arte cuando se mudan a una nueva comunidad. También, hace referencia a las transformaciones que se producen en los barrios que comienzan a experimentar un recambio de habitantes, por la presión de sus nuevas prácticas culturales relacionadas directamente con actividades ligadas al área creativa. Finalmente,

concluye con la propuesta de construir y organizar un poder popular para construir ciudades que respondan a las necesidades sociales, antes que a la lógica de la propiedad privada.

F) Marsal, D. (Compiladora). (2011). Hecho en Chile. Reflexiones en torno al patrimonio cultural. Santiago de Chile. FONDART

Compilado de distintos ensayos que reflexionan en torno al patrimonio cultural y la identidad a nivel nacional y local. Este libro busca contribuir a la investigación, enseñanza y difusión del patrimonio cultural desde la realidad chilena, generando un encuentro entre distintas visiones críticas que reflexionan respecto al tema nacional, por lo que también profundiza en el tema de las identidades locales. La compilación cuenta con la participación de Luis Alegría, Edmundo Bustos, Sergio Grez, Carolina Maillard, Leonardo Mellado, Jaime Migone, Sonia Montecino, Paula Palacios, Olaya Sanfuentes, Bernardo Subercaseaux, y la gestora y compiladora del proyecto, Daniela Marsal. El libro además ha sido donado, tanto a bibliotecas como a instituciones, intentando con ello abarcar las diversas regiones de nuestro país.

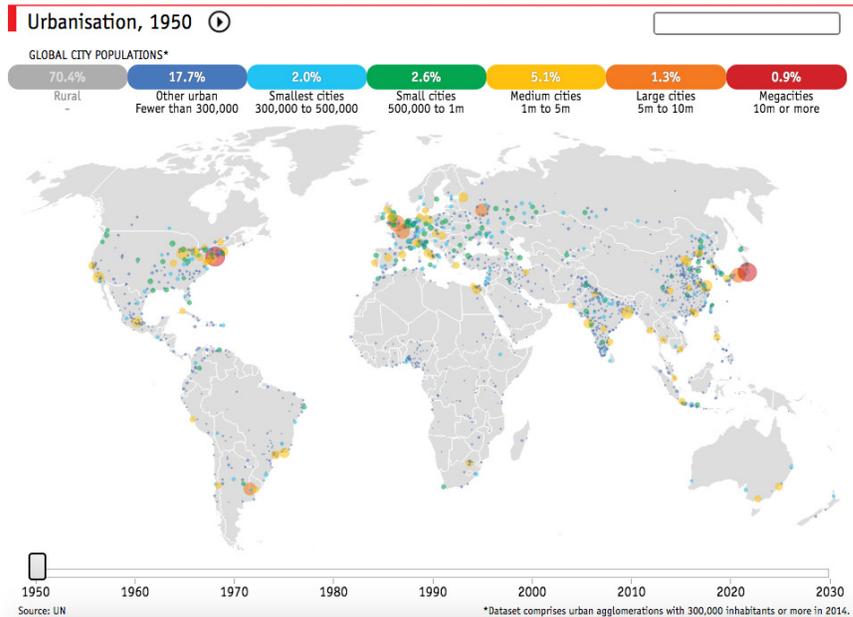
5. Marco teórico

Para el desarrollo del marco teórico, se realizó una búsqueda de publicaciones que trataran los temas de urbanización, gentrificación y patrimonio cultural. A continuación se hará referencia a los principales textos utilizados para la realización de la presente investigación.

5.1 La reurbanización de la ciudad y su transformación cultural

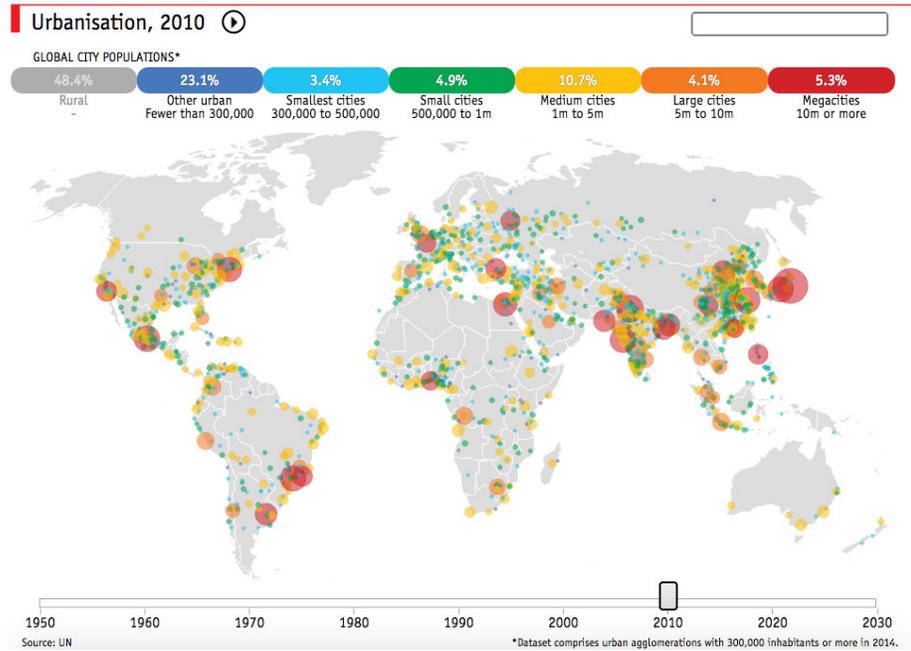
Cada día se añaden casi 180.000 personas a la población urbana, estimando que para el 2030, el 60% del total de habitantes del planeta se asentarán en este sector según cifras del Banco Mundial²¹. Esta condición tiene como principal consecuencia la reorganización de las ciudades, a través de la proliferación de nuevos núcleos comerciales, industriales y residenciales. Estos procesos se deben al diseño de nuevas geografías impulsadas por el control político ejercido sobre la urbe, puesto que el área metropolitana ha redefinido sus dimensiones sociales y culturales, al convertirse en ejes financieros, económicos y laborales (Smith, 2005).

De esta forma, la ciudad contemporánea se caracteriza por presentar desigualdades sociales, debido a la estrecha relación de interdependencia que se gesta entre la urbanización y el capitalismo, entendiéndose que la acumulación de riqueza, mediante la actividad inmobiliaria, provocaría una polarización del poder y del excedente económico, con lo cual las prácticas de expulsión social se verían acentuadas, haciendo más difícil de sostener una política coherente con las demandas de la ciudadanía (Harvey, 2013).

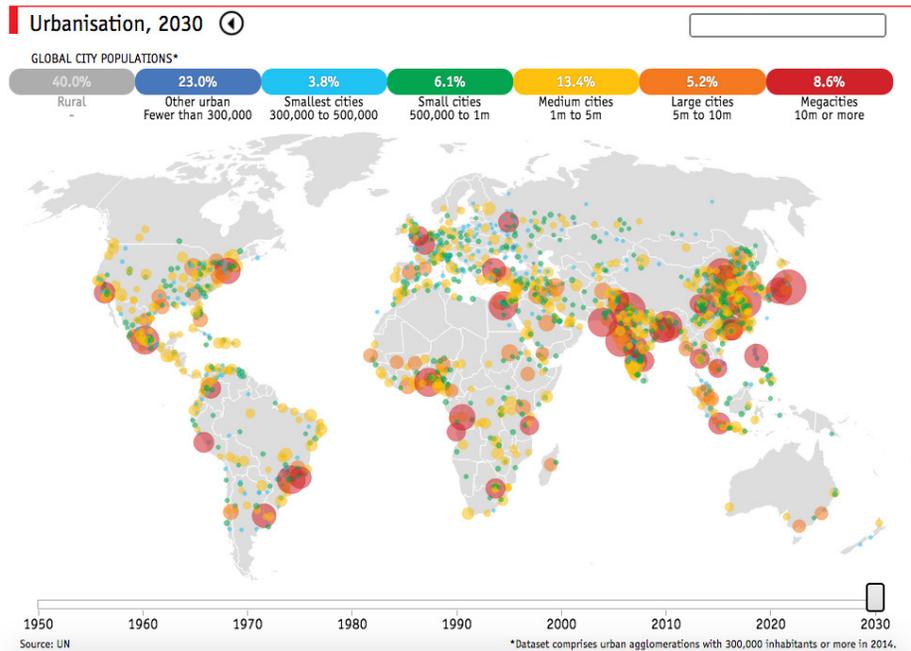


— La población rural representaba un 70,4% de la población global y solo habían dos megaciudades: Nueva York y Tokio.

²¹ Cifras del Banco Mundial halladas en su portal on line www.bancomundial.org



— En esta década las ciudades de América del Norte y África son las que protagonizan un mayor crecimiento que les permite clasificarse como ciudades medianas, principalmente.



— En la última etapa de la cronología de la urbanización en el mundo se estima que la población rural corresponderá a un 40 por ciento de la población mundial. En contraste, habrá 41 megaciudades y 29 de éstas serán asiáticas.

Fuente: <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2015/02/16/mapas-la-urbanizacion-en-el-mundo-entre-1950-y-2030/>

Se entiende entonces que el modelo económico imperante, en pos de su óptimo ejercicio a nivel mundial, se ha encargado de restablecer y determinar la estructura geográfica y arquitectónica bajo la lógica neoliberal, diseñando ciudades en donde el territorio se ve amenazado por la transformación de lo local, la disolución de lo propio y la desarticulación de los espacios comunes donde se manifiesta la cultura de la sociedad (Giménez,1999). Es así como las comunidades han tenido que enfrentarse a nuevas tipologías, teniendo que adaptarse a una serie de variaciones demográficas, arquitectónicas y económicas, al momento de re concebir la percepción que tenían de sus entornos. Esta condición pareciera ser una de las causas más directas del vago sentimiento

de pertenencia experimentado por los individuos hacia su lugar de residencia, ya que, la rearticulación de las prácticas socio-culturales, han estado fuertemente marcadas por esta visión mercantilista de la configuración del área metropolitana, que deja al margen los requerimientos y necesidades de sus pobladores. Al respecto, la ONU (2009) reconoce que “la urbanización ha consistido más en una expansión física de hectáreas, población y productos, que en una ampliación de la urbanidad en el sentido de una cultura que crea la deliberación e institución política, lo cual deja entre ver que estamos en presencia de una extensión de la ciudad física divorciada de una integración social, cultural y política” (p.93).



— Segregación social urbana en Dharavi, Mumbai, India.



— Segregación social urbana en Paraisópolis, São Paulo, Brasil.



— Segregación social urbana en Petare, Caracas, Venezuela.



— Segregación social urbana en Santa fe, Ciudad de México.



— Segregación social urbana en Villa 31, Buenos Aires, Argentina.

Pues de esta forma, se torna indispensable cuestionar el rol que cumple el diseño de las ciudades respecto al impacto cultural que estos que provocan. Asimismo, la necesidad de resaltar los valores particulares que poseen los lugares sometidos bajo el sistema de la economía global, se vuelve imprescindible, como un intento de fortalecer la identidad local y así poder recuperar el vínculo con sus habitantes, sus tradiciones y su historia. De lo contrario, se le restará incidencia y participación a la ciudadanía en cuanto a la toma de decisiones en temas que le conciernen, se homogenizarán las diversidades sectoriales y se desestructurará la producción cultural endógena (García Canclini, 1999), pues, “si las políticas nacionales no se toman en cuenta, la diversidad cultural en el proceso de generar un futuro económico prospero en el marco de la globalización, sólo generará incredulidad e inestabilidad en la sociedad” (p.61).

5.2 Pérdida del patrimonio cultural inmaterial local de los barrios gentrificados comercialmente en la comuna de Santiago

5.2.1 Construcción del concepto de gentrificación para la comuna de Santiago

Si bien es cierto, en la literatura existen muchas hipótesis que intentan definir la gentrificación. Sin embargo, teóricamente, aún no se ha llegado a un consenso que interprete de la mejor manera el fenómeno, por lo cual, para efectos de esta investigación, habrá que asumir un propio concepto. También será necesario delimitar un contexto en particular, puesto que el es un proceso que se da de diferentes maneras alrededor del mundo. Por tanto, es más pertinente trabajar a nivel local para así poder observar empíricamente las conclusiones que diversos análisis han dedicado al tema. Al respecto de tantas discrepancias, los expertos en el ámbito nacional, hablan de una gentrificación a la chilena, en donde, no es posible hablar del fenómeno si es que no ha habido desplazamiento de personas con bajos ingresos (Contreras, entrevista personal, 2016), por lo cual, producto de las inversiones inmobiliarias, las políticas públicas o el mercado del suelo, se tiende a producir este proceso generando un recambio de los núcleos sociales de menor renta, por los de mayores ingresos, en respuesta al encarecimiento de la vivienda (López, entrevista personal, 2016).

Sin embargo, no se le debe atribuir del todo el desarrollo de la gentrificación a la oferta residencial, sino que también éste puede darse por el rediseño de los barrios. Esta causa se le atribuye a una iniciativa de embellecimiento del espacio público o cosmetización del entorno (Inzulsa, entrevista personal, 2016), debido a la penetración del capital comercial que artistas y profesionales

se han encargado de otorgarle a ciertos lugares, reestructurando las pautas de consumo para atraer a nuevos habitantes al sector (Contreras, 2011). Estos nuevos residentes son conocidos como “la generación yuppie²² o dinks²³, los que se caracterizan por ser jóvenes o adultos profesionales y estudiantes sin hijos, mujeres solteras, mujeres separadas con hijos, artistas, entre otros (íbid, p.102), los cuales ven en la densificación en altura, en la recuperación o rehabilitación de casonas antiguas, formas de articular proximidad laboral, localización residencial y en algunos casos, de promover la inversión y la especulación inmobiliaria” (íbid, p. 90). Por lo demás, son un grupo de emprendedores, con un afán de distanciamiento de las residencias tradicionales de los grupos sociales más altos, que invierten a pequeña escala sobre un barrio, lo que se traduce posteriormente en una apropiación material del barrio, para aumentar el alquiler o vender sus propiedades (Gasic, López, Meza, 2014).

A esto se le conoce como gentrificación de mercado (López, entrevista personal, 2016), definida como una “capitalización de lugares auténticos” (Schlack y Turnbull, 2011), que explica la rápida conversión de antiguos barrios obreros y de artesanos, en espacios comerciales de moda. Para lograr esto, se refaccionan las antiguas casas y las convierten en galerías, tiendas vanguardistas o restaurantes gourmet, adjudicándose la tarea de “rescate”, donde la inversión del capital realmente significa un reciclaje de los inmuebles tradicionales para así convertir el entorno en un barrio refinado (Casgrauin, Janoschka, 2013, p.31-32).

²² Proviene de la palabra en inglés yupps (young urban professional parents), que se traduce como jóvenes profesionales urbanos.

²³ Que significa double income-no kids, traducido como doble sueldo-sin hijos.

HISTÓRICO CENTRO



— Centro nave antes y después.

Sin embargo, estas iniciativas sólo se concentran en la recuperación del patrimonio material, dejando al margen la revalorización de la cultura inmaterial, puesto que, como consecuencia directa de estas prácticas restauradoras del inmobiliario urbano, se identifica el deterioro progresivo del valor intangible de los lugares, al no existir una verdadera preocupación por preservarlo desde las esferas políticas y sociales. En resumen, se entiende este tipo de gentrificación, como una progresiva instalación de un mercado dirigido a un sector de ingresos medios y altos, por lo que implicaría un desplazamiento o completa sustitución del antiguo barrio comercial que antes caracterizaba el sector (Hernández, 2016, p.80).



— La remodelación de un inmueble patrimonial para la construcción del centro Nave en el barrio Yungay.

HISTÓRICO CENTRO



— Palacio Álamos abandonado.



— Palacio Álamos transformado en un nuevo Centro Comunitario para el barrio Yungay que fue declarado Zona Típica en 2009 por el Consejo de Monumentos Nacionales (CMN).

5.2.2 El diseño como herramienta principal del embellecimiento de algunos barrios de la comuna de Santiago

Para seguir ahondando en este tema, es necesario mencionar que estos procesos son llevados a cabo por un segmento de la población que los académicos llaman industrias culturales y creativas, consideradas por lo demás, como agentes fundamental en las transformaciones visuales del tejido urbano, por lo que primero será necesario entender su significado. La UNESCO define este concepto desde “la actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”²⁴. Esta visión, incluye no sólo la entrega del producto

o servicio final, sino que le da importancia a las funciones que realiza cada sector en el proceso productivo, incluyendo disciplinas tales como la publicidad y el diseño, por contribuir directamente en su desarrollo. Smith (2009) por su parte, plantea que el mercado del arte y las industria culturales, representan un incentivo clave que atrae población suficiente para comenzar a urbanizar un territorio, lo cual desencadenaría “exorbitantes inversiones de capital en el entorno edificado, y son, por definición, agentes en potencia del proceso de gentrificación” (p.147).

En la escena local, esta situación se ve manifestada en algunos sectores de los barrios Brasil, Yungay, Concha y Toro e Italia, en donde además de desencadenarse como un proceso socio espacial, constituye un recambio de la imagen característica del entorno, al jugar con la refacción de las fachadas



— Logo del Barrio.

²⁴ Definición extraída del sitio web de la UNESCO: www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/



— Nueva imagen del Barrio Italia

y del patio interior de las casas antiguas (Contreras, entrevista personal, 2016). Por consiguiente, estas transformaciones visuales vienen a posicionar al ámbito del diseño como una pieza fundamental del fenómeno, tras involucrarse de forma directa en la transmisión del nuevo lenguaje de mercado que identificará al lugar, expresado a través de los colores y del uso de objetos rústicos para decorar, del estilo particular de las tipografías y logos de las tiendas, del nombre que se le da a estos locales y del tipo de producto o servicio que ofrecen, de la iluminación del espacio y de la disposición de la ornamentación²⁵. Todo esto se viene a reflejar por medio de la proliferación de galerías de arte o tiendas de diseño, marcando la pauta para comprender que esta disciplina se encuentra realizando constantes cambios en la manera de percibir el territorio. Es

posible observar esta reinterpretación del entorno, por medio de un lenguaje visual, propio de un estilo que intenta maquillar²⁶ la imagen del barrio, para posicionarlo como un eje de atracción económica, al promover la concurrencia de personas que demanden productos más caros, a raíz del valor agregado que le entrega el diseño al lugar. A su vez, son estos nuevos residentes los que van generando comienzan a ver la ciudad como un símbolo de distinción, por promover la mercantilización de la estética del arte, la que se expresa y constituye a partir de sus propios gustos y les otorga cierto estatus simbólico (Sequera, 2015).

Como resultado, el lugar llega a convertirse en un polo cultural, en donde la presencia de cafés, barberías, restaurantes gourmet o bares, entre otros,

²⁵ Examen propio, llevado a cabo en terreno durante el proceso de levantamiento de información, en donde se observaron las características de diferentes barrios gentrificados comercialmente.

²⁶ Se utiliza este término como sinónimo de make up o biutyfication (término empleado en inglés), que se traduce al español como cosmetización.

es usado como una estrategia de marketing (Assael, El Mercurio, 2008). En este contexto, la disciplina del diseño se vuelve en parte, motor de la activación del mercado, jugando con una estrategia de marca que se encarga, por un lado, de evocar el gesto antiguo²⁷ (Contreras, entrevista personal, 2016), o por el uso del diseño como un mero instrumento de reinención de la imagen de barrio, que evidencia la manera poco crítica que posee el marketing para relacionarse con la visualidad del espacio que ya existía, puesto que solamente, en este contexto, satisface inquietudes que responden a lógicas de mercado como las modas y la vanguardia (López, entrevista personal, 2016).

Un estudio dirigido por la arquitecta Elke Schlack, busca presentar una alternativa inclusiva y sostenible al desarrollo urbano de La Vega Central, declarando que este barrio comercial se encuentra en riesgo de perder sus aptitudes como generador de espacios públicos vitales en la ciudad, provocando el desplazamiento de los grupos vulnerables que integran la mano de obra y le otorgan identidad al barrio (2015). Por consiguiente, para evidenciar aún más esta problemática, cabe destacar la presencia de dos emprendimientos en el lugar hace menos de un año. Estos carritos, por medio de su discurso “gourmet”, ofrecen diversas opciones de café y paletas de helado natural, lo viene a



— Tienda de decoración y diseño.

²⁷ Por medio de una imitación del estilo decorativo representativo de épocas pasadas, en lugares como barberías, peluquerías, zapaterías, restaurantes, etc.

HISTÓRICO CENTRO



descontextualizar la oferta de productos ofrecidos en la Vega, a lo que uno de estos dueños asegura el asombro que percibe en los turistas por su presencia en el lugar, puesto que entregan un tipo de servicio que suele ser elitista (Collao, 2015).

La situación representa un claro ejemplo de como este tipo de emprendimientos hacen uso de una estratégica imagen de marca, que no dialoga con el lenguaje vernáculo del lugar, para ofrecer productos exclusivos a un elevado precio. Es una condición

que acentúa las diferencias entre lo que representa la visualidad del comercio “cosmetizador” y la que ha sido emblema durante décadas en el recinto. El estudio de la Vega concluye finalmente, que la imagen “romántica”²⁸ de los mercados de abastos estaría posibilitando la gentrificación de los barrios, sin embargo, sería ideal poder mejorarlos de una forma inclusiva para beneficiar a los grupos vulnerables de la ciudad.



— Interior del bar Cervecería Nacional en Barrio Yungay.

²⁸ Entendiendo el concepto romántico como un sinónimo de tradicional.

HISTÓRICO CENTRO



— Galería Espacio Gárgola en Barrio Yungay.



— Restaurant Boulevard Lavaud, ubicado a un costado de la peluquería Francesa en el Barrio Yungay.



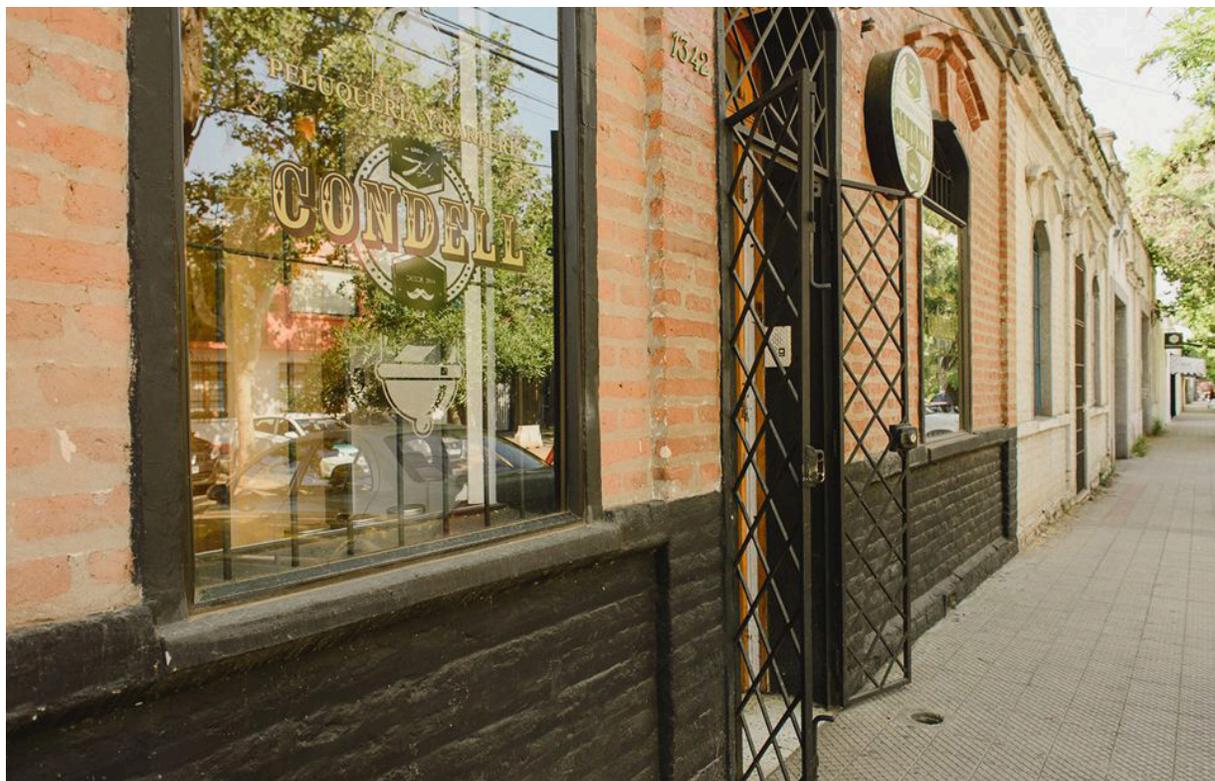
— Café de la Candelaria, ubicado en el barrio Italia.



— Restaurant Bistró Yungay, ubicado en la esquina de Huérfanos 2886.



— Pizarra con el menú de un restaurant en barrio Italia, que demuestra la transformación en la oferta culinaria del sector, combinando comidas típicas con opciones gourmet.



— Peluquería y Barbería Condell, ubicada en la calle Condell 1337.

5.3 Transformación de la identidad de ciertos barrios tradicionales de la capital

Inicialmente, será necesario comprender qué se entiende por patrimonio cultural. La DIBAM lo define como “un conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos, y luego resignificados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes” (2005). Por tanto, sujeto a esta investigación, es importante destacar el componente inmaterial de la cultura, aquel que para los efectos de la Convención de la UNESCO, se entiende por:

“Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas —junto con los instrumentos, objetos, artefactos, y espacios culturales que le son inherentes—, que las comunidades, grupos, y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio incluye tradiciones orales, artes performativas, prácticas sociales, rituales, eventos festivos, conocimiento y prácticas relacionadas con la naturaleza y el universo, o el conocimiento y habilidades para la producción de oficios tradicionales (2003).”

Ante esto, se entiende entonces que el fenómeno de expulsión socio espacial, se encuentra disociando la identidad de barrio, tanto en sus prácticas sociales como en su interacción con el espacio tangible, pues, no deja que esta evolucione conforme a su devenir natural, sino que implanta nuevas dinámicas culturales sobre las que ya existían. Por lo mismo, dentro del contexto local, es posible apreciar como el imaginario intangible de un lugar se ve amenazado por la cosmetización de la visualidad del entorno y los procesos sociales que estos implican, al quebrantar la memoria, las costumbres y las tradiciones que representaban las comunidades pre existentes.



— Vista de los clásicos locales de restauración de muebles en barrio Italia.



— Provenza Muebles, innovación en diseños basados en nuevas tendencias, siempre con un toque vintage en Av. Italia.

Por lo que también es necesario comprender la importancia de esta pérdida. Fidel Sepúlveda afirma que la identidad regional es “el autorreconocimiento de la pertenencia a un determinado grupo acotado por un complejo de ideas, creencias, valores, costumbres, modos de simbolizar y categorizar la realidad” (Sepúlveda, 2010). A este conjunto de manifestaciones culturales, Marsal (2011) le llama patrimonio no oficial, y explica que este se genera directamente desde los grupos locales, al nacer de las actividades y conocimientos individuales, familiares y de comunidad. Es justamente en estos elementos que reside la importancia de preservar lo inmaterial de los territorios, puesto que son manifestaciones que crean identidad y por tanto generan sentido de pertenencia. Sin este sentido de arraigo, el nivel de valoración que tienen las comunidades con su entorno y su patrimonio será nulo y no generará imaginarios simbólicos que orienten las dinámicas de apropiación de estos, quedando supeditadas a las transformaciones que cualquier entidad pretenda manejar. De lo contrario, el revalorizar las manifestaciones de la cultura, no sólo significará acciones legales para su resguardo, sino que también se enriquecerá el entorno compuesto por las personas, el espacio que las alberga.

Finalmente, estos aspectos se identifican como piezas claves en la composición del patrimonio cultural no oficial, el que se constituye como el principal representante de la autenticidad del barrio al establecerse a partir de las acciones concebidas por sus mismos habitantes. En este caso, son sus propias inquietudes las que encarnan un diálogo honesto con el mercado, a través de un saber que se aleja de lo académico, y se reconoce por medio de una serie de estímulos visuales y manifestaciones propias²⁹, que finalmente, terminan por convertirse en elementos profundamente arraigados a la cultura (López, entrevista personal, 2016).

²⁹ En la cultura popular, ejemplos que representen el patrimonio cultural no oficial: el letrero pintado a mano, la fiesta de la primavera o del Roto chileno en el barrio Yungay, la feria libre del parque Forestal, el comercio informal de comida afuera de la estación del metro Universidad Católica o Bellas Artes, los comediantes de la Plaza de Armas, los encuentros musicales en las pasarelas San Borja, entre muchas otras. Son actividades que emanan de los mismos habitantes de un sector y que van consolidando estas prácticas dentro de sus costumbres.



— Librería Nosotrxs, ubicada en la calle Italia #1449, desde el 2012.



— Venta tradicional de libros usados en el barrio.



— Clásico local de anticuarios del barrio.



— Tienda de artículos de diseño ubicada Av. Italia 1439 local 14.

5.4 Conclusiones preliminares

Se entiende entonces que debido a las lógicas de expansión territorial, se ha desencadenado un fenómeno de expulsión social conocido como gentrificación. Este proceso, liderado por el avance inmobiliario o por el embellecimiento de los barrios, ha impuesto de manera abrupta una nueva concepción del entorno que se contrapone a la que allí existía.

Es también la cultura local, en conjunto con las comunidades a las que representan, la que se ve mayormente afectada por estos procesos a nivel de patrimonio. Si bien es cierto, existen políticas de gobierno que fomentan la protección de una parte del patrimonio (como la ley de monumentos nacionales, por ejemplo), pero no logra resguardar todas sus aristas. Es el patrimonio inmaterial el que queda al margen de la protección y conservación, entendiendo que en pos del desarrollo económico, el mercado tiene la libertad de pasar a llevar elementos claves que nos definen como grupo social y que nos genera sentido de pertenencia hacia nuestro hábitat. Pues esto también transgrede la identidad de las comunidades, las disocia entre sí y torna confuso el ejercicio de entender el presente y la construcción de un futuro, a raíz de un acervo cultural que fue erradicado.

Se comprende además, que la disciplina del diseño utiliza un lenguaje estratégico que se relaciona con la construcción de identidad, y que en este caso, es utilizado como una herramienta para reconquistar un territorio que ya poseía sus propias expresiones culturales. Actúa abruptamente al reapropiarse del espacio social y material, por medio de estrategias comerciales que funcionan correctamente al vender una imagen de barrio como si fuera la imagen de marca de un producto.

En esta materia, se puede decir entonces que en los barrios donde el diseño cumple un rol fundamental para su revitalización urbana, no existen dinámicas socio espaciales genuinas generadoras de identidad, sino que más bien, vendrían a configurar prácticas de mercadeo por medio de commodities visuales. En consecuencia, el lugar pierde su verdadero valor, porque se le impone toda una imagen gráfica diferente, que responde a lógicas propias de los nuevos habitantes que entienden el entorno como un símbolo de estatus. Por consiguiente, se pierde su valor humano, material y vernáculo y deja de ser un lugar auténtico, pues se vuelve un barrio pensado para el consumo.

III•PROYECTO

1. Referentes proyectuales

1.1 Conceptuales

A) Micros, El Final del Recorrido

Autor: Manuel Córdova Manzor

Este libro es un intento de guardar en la memoria el transporte público de Santiago de Chile, viejos autobuses usados a punto de desaparecer. Mediante una serie de fotos se retratan estas reliquias del transporte, así como los letreros de los recorridos ya desaparecidos. Un ejercicio que testimonia la realidad para preservarla del olvido.

Libro fotográfico: Editorial Junta Editorial de las Comunas Unidas.



— Publicación Micros, El Final del Recorrido.



— Publicación Micros, El Final del Recorrido.

B) Acercamiento a oficios de reparación y el conocimiento técnicas tradicionales a nuevas generaciones

<http://comonuevooficios.cl>

Conectar oficios reparadores existentes en Santiago con potenciales clientes y así fomentar la restauración y reparación de objetos cotidianos. Ésta contará con la información necesaria respecto a diferentes rubros como; textil, mecánica, cuero, carpintería, libros, entre otros.

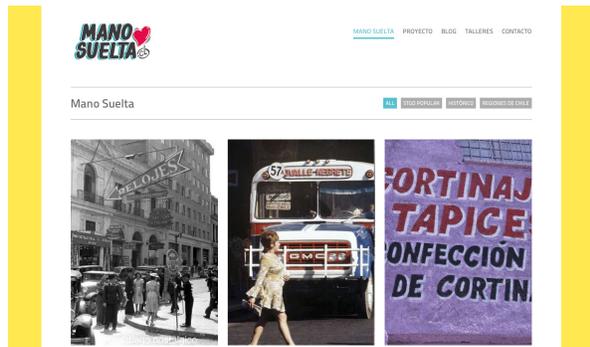
— Plataforma web del proyecto.



C) Registro carteles hechos a mano

<http://manosuelta.cl/proyecto/>

Registro visual de letreros urbanos “hechos a mano” con pinturas, rotuladores o alguna otra técnica análoga. El proyecto pone en énfasis el trabajo y el oficio del letrero o “pintor de letras”, como artifice de la creación de atractivos códigos visuales.



— Plataforma web del proyecto.

D) Santiago Gráfico

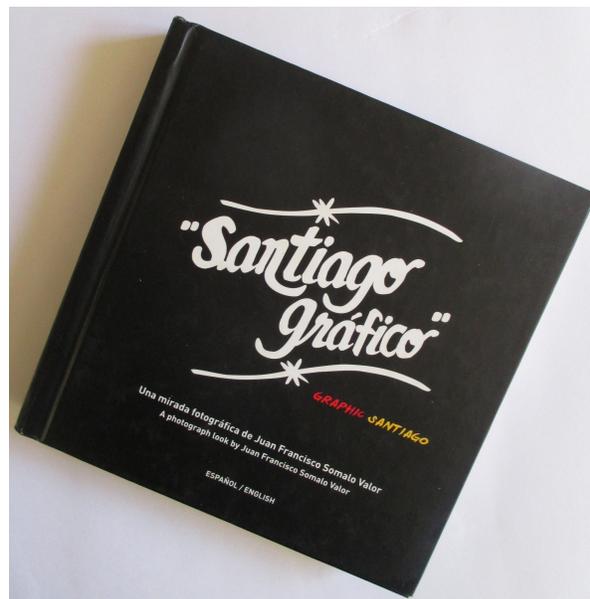
Autor: Juan Francisco Somalo

http://www.nuestro.cl/notas/rescate/santiago_grafico1.htm

Rescatando del olvido y salvaguardando el patrimonio iconográfico de la capital, el libro de fotografías “Santiago Gráfico”, del periodista Juan Francisco Somalo, ofrece una revisión a lo más propio y característico de nuestra capital desde una perspectiva diversa, nostálgica y reveladora.

Libro fotográfico: Editorial Catalonia

— Publicación Santiago Gráfico.

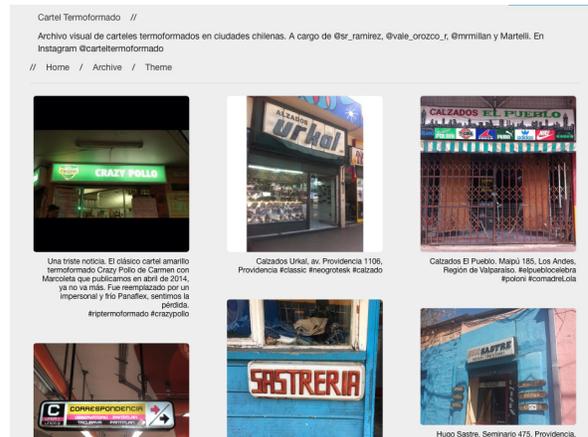


F) Registro de carteles termoformados

<http://carteltermoformado.tumblr.com>

Archivo visual de carteles termoformados en ciudades chilenas. Este registro se encuentra exhibido en la web Tumblr y se compone de distintas colaboraciones, es una plataforma formada de manera colectiva.

— Visualización de la plataforma web.



H) Modesto estupendo.

Autor: Manuel Córdova Manzor

Tour gráfico por Santiago de Chile, registrando el patrimonio vernáculo de la ciudad. Heladerías, viejos autobuses, anagramas y logotipos apunto de desaparecer. Todo un retrato gráfico de la ciudad que pretende preservar su memoria cultural.

Libro fotográfico: Editorial Junta Editorial de las Comunas Unidas.



— Visualización de la publicación Modesto estupendo.

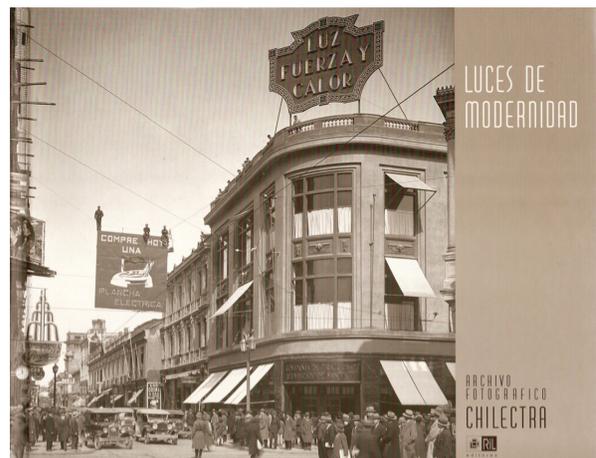
E) Luces de Modernidad. Archivo Fotográfico Chilectra

Autor : Ricardo Pereira Viale

Web, recopilación digital: <http://www.nuestro.cl/chilectra/>

Este trabajo se enmarca dentro de una tradición muy chilena y muy santiaguina que pretende reaccionar frente a la irracional destrucción del patrimonio arquitectónico de Santiago, buscando mantener su identidad a través de lo que nos ha dejado el lente fotográfico.

Libro fotográfico. Editorial : Ril Editores.



— Publicación Luces de Modernidad. Archivo Fotográfico Chilectra.

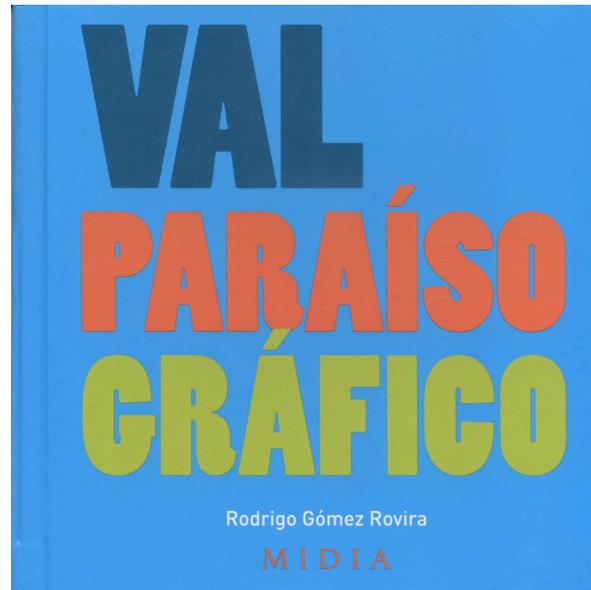
G) Valparaíso gráfico.

Autor: Rodrigo Gómez Rovira

Una mirada que captura la esencia del puerto, el plan y los cerros de Valparaíso.

Libro fotográfico: Editorial: Midia Comunicación.

— Publicación Valparaíso Gráfico.



I) Chile Picante. Sabor a Patrimonio

Serie Documental que recorre las picadas más tradicionales de Santiago. Videos emitidos por 13c. Dirigido por Gabriela Vergara.



— Visualización web de los teaser del proyecto.



— Visualización web de los teaser del proyecto.
https://www.youtube.com/channel/UCEtSEu-p_wLIN-nb8fhhAnnA/videos?sort=dd&shelf_id=0&view=0

1.2 Funcionales

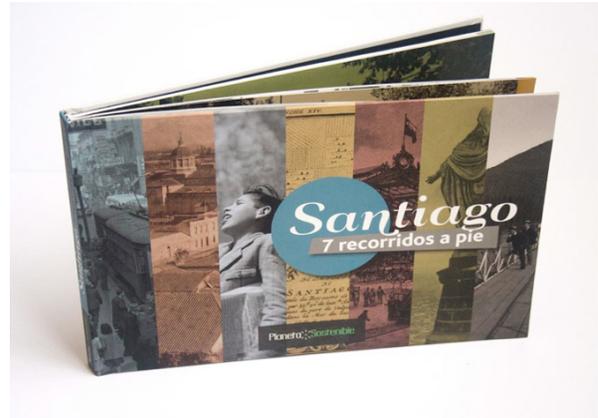
A) Santiago: 7 recorridos Santiago a pie.

Autor: Magdalena Von Holt.

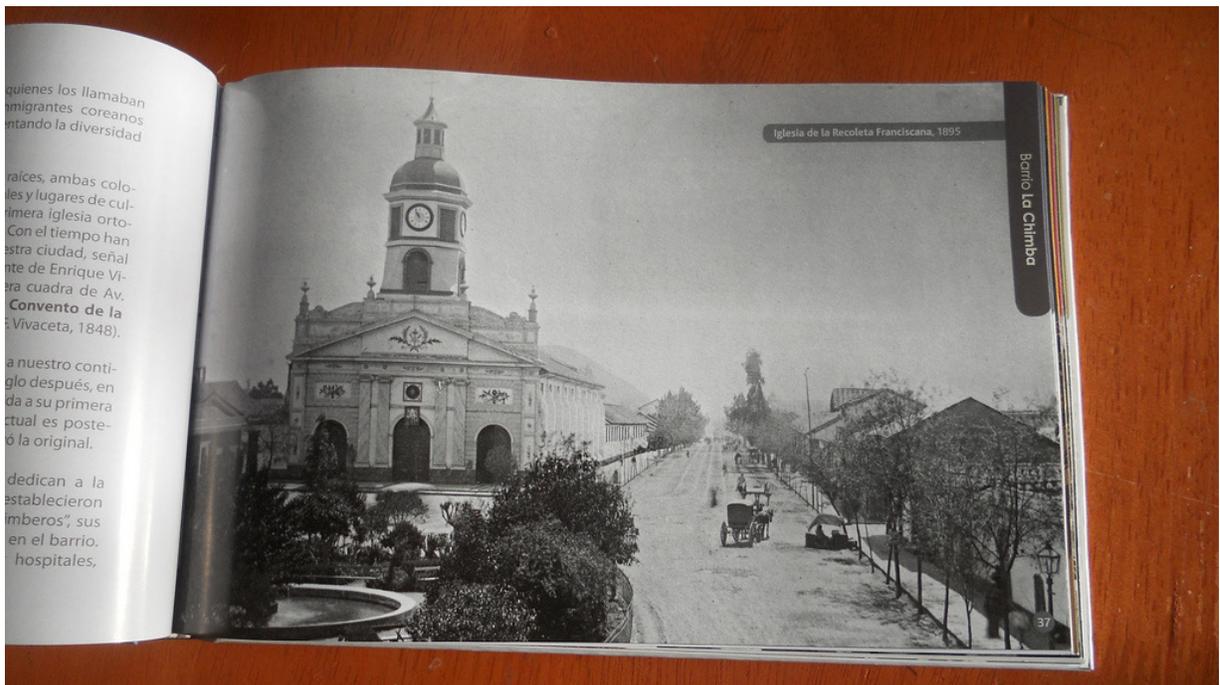
<https://www.flickr.com/photos/28047774@N04/22514391141/in/photostream/>

Guía diseñada para descubrir caminando, el llamado Santiago Antiguo. Ofrece una visión integral y contextualizada de parte de los proyectos políticos, sociales y económicos que fueron moldeando, generación tras generación, la ciudad que conocemos hoy. Además, generar un diálogo entre patrimonio y desarrollo, entre pasados pertinentes y futuros deseables.

Libro: Editorial planeta y Cultura Mapocho.



— Visualización de la portada de la publicación Santiago: 7 recorridos Santiago a pie.



— Visualización del contenido del libro.

B) Atlas popular del barrio La Chimba

<http://www.bienesnacionales.cl/?p=13625>

Brouchure de mapa rutero. Explorar la vida de La Chimba de ayer y hoy, reconociendo sus hitos de comercio espontáneo, sus especiales devociones, luchas habitacionales, además de consignar sus espacios deportivos, de salud y convivencia de los populares.



— Atlas popular del barrio La Chimba.

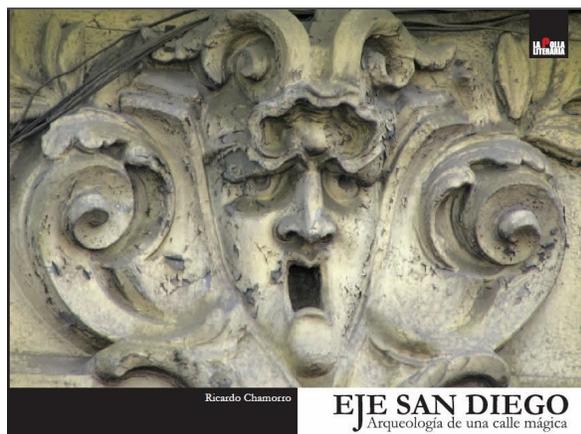


C) Eje San Diego.

Autor: Ricardo Chamorro.

El cronista se nos revela en carne y hueso, como testigo y participante de anécdotas hasta domésticas, hechos delictuales, aventuras amorosas y movilizaciones políticas, los “personajes” que presenta, casi sin excepción, tienen alguna interacción personal con él; y suyas son además casi todas las fotografías que acompañan el trayecto del libro, efectivas ilustraciones, aludidas en las crónicas.

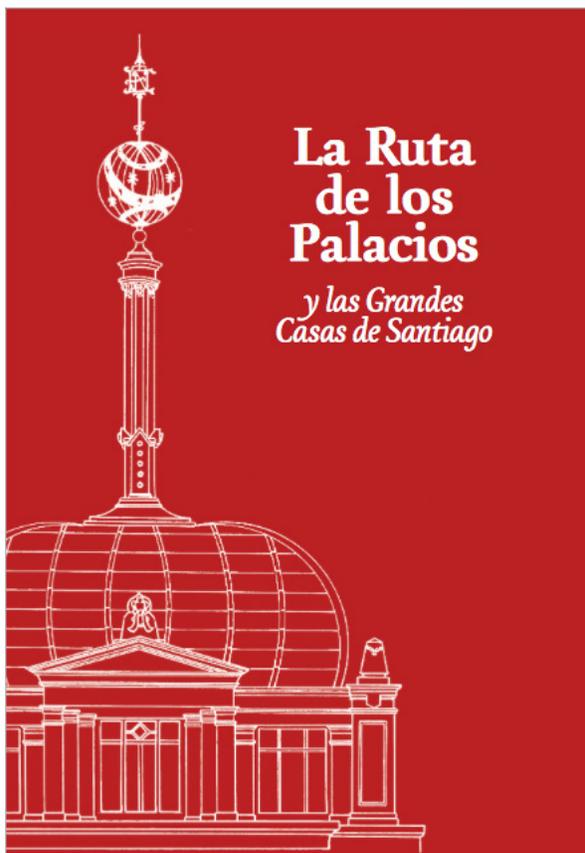
Libro de crónicas y fotografías: Editorial La Polla.



— Portada del libro Eje San Diego.

D) La ruta de los palacios y las grandes casas de Santiago

Guía que agrupa las edificaciones arquitectónicas patrimoniales más reconocidas en la capital. Busca evidenciar, registrar y dar a conocer los últimos exponentes residenciales de esa época romántica que fue el siglo XIX y principios del XX. Un llamativo recorrido a través de la Alameda, el Parque Forestal, la calle Dieciocho, los alrededores del Congreso y del Teatro Municipal, la Plaza Brasil, y otros puntos aislados de nuestra capital, que siguen conservando en mayor o menor grado, los vestigios de un diseño hoy perdido.



— Portada de La ruta de los palacios y las grandes casas de Santiago.

Palacio García de la Huerta Izquierdo (c. 1885)
Arquitecto: s/a

Catedral 190
Uso actual: Tienda de telas Casa Olivari.
Una desconocida residencia palaciega sobrevive en la calle Catedral. Fue construida por encargo de Manuel García de la Huerta y su mujer Ceferina Izquierdo.

A la vivienda se accede a través de un recibidor con un excepcional parquet y una asombrosa escalera tallada, que se eleva unos cuantos metros hasta el piso superior. Detras el antiguo hall, que originalmente estaba rodeado de una galería de vidrios y cuyo pavimento de mármol de colores aun se conserva.

El inmueble pasó luego a ser propiedad de Pedro García de la



Huerta Izquierdo que la habitó hasta la década de 1960, sufriendo algunas transformaciones como la construcción del tercer nivel.

Actualmente se encuentra en buenas condiciones y pertenece a la Sucesión Olivari.



Palacio Huneeus (c. 1885)
Arquitecto: Atribuido a Fermín Vivanco.

Catedral 189
Uso actual: En restauración
Como histórico podría considerarse este palacio, pues vio nacer a la escultora Rebeca Matte, y fue habitado sucesivamente por el Presidente Juan Luis Sanfuentes, y el destacado político Antonio Huneeus Gana.

Una escalera de mármol con barandas góticas recibe al visitante, invitándolo a deambular por los espacios salones, que recuerdan la elegancia de los grandes apartamentos parisinos de principios del siglo XX. Los recintos están decorados por finas molduras, grandes espejos y chimeneas de mármol, conservándose en perfectas condiciones gracias a la preocupación constante de sus actuales propietarias.

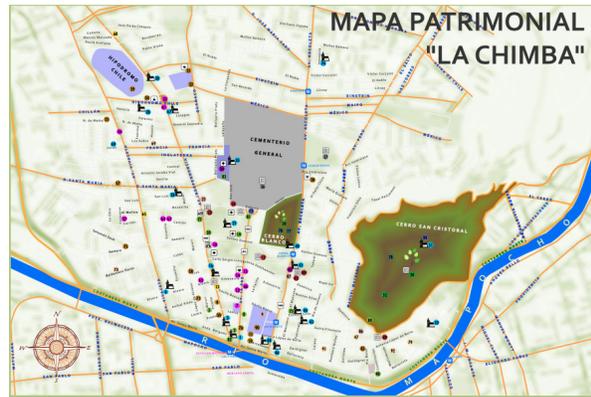


— Interior de la ruta.

E) Mapa Patrimonial del barrio La Chimba

Autor: Museo de Artes Decorativas, Senderos de Chile, Museo Histórico Dominico, Cultura Mapocho y la Unidad de Patrimonio Cultural de la Salud, del MINSAL.

El mapa registra 92 puntos de interés, abarcando rutas patrimoniales, en recorridos tales como religiosos, museos, culturales, populares, patrimonio natural, zonas típicas, esculturas públicas, cementerios, bibliotecas, entre otros.

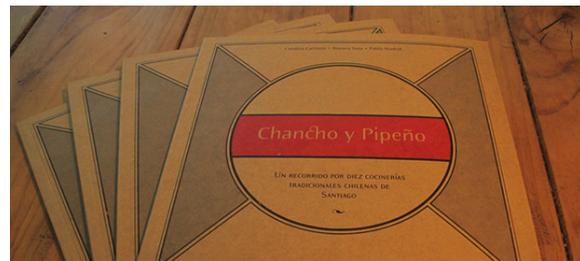


— Mapa on line del barrio La Chimba.

F) Chanco y Pipeño. Un recorrido por las 10 cocinerías tradicionales chilenas de Santiago.

<http://chanchoypipeño.cl>

Web + libro + mapa rutero. Recorrido por diez cocinerías tradicionales chilenas de Santiago.



— Portada del libro Chancho y Pipeño.

<p>Donde Augusto</p> <p>Don Augusto Viquez amba al Mercado Central a muy temprana edad, en la década de los sesenta. En sus inicios solo vendía limones y naranjas en un espacio de un puesto, cedido por la dueña de aquel lugar, con la condición de que el resto de los productos se los comprara a ella. Con el paso del tiempo y gran esfuerzo, don Augusto logró adquirir un local, donde instaló una frutería.</p> <p>"Fue una frutería de mucha categoría, porque él era uno de las personas que vendían los primeros en ese tiempo... por ejemplo, las primeras lúcumas, las primeras chirimoyas... todos los primeros que llegaban, las tenía mi marido, porque él a las tres y media de la mañana iba a los remates de la Vía de ese tiempo, que ahora ya no existe todo eso. Entonces él remata todo lo más fino, entonces él tuvo, todos los presidentes de todas las corrientes políticas." (Gladys Carraha)</p> <p>Es precisamente en esta época que conoce a doña Gladys Carraha, su esposa y fiel compañera, quien -en las propias palabras de don Augusto- ha sido pilar fundamental del éxito y el reconocimiento adquirido por este restorán. Juntos comenzaron un camino de esfuerzo y emprendimiento que hoy se cristaliza en esta famosa cocinería. A mediados de los ochenta, deciden adquirir un local y cambiar definitivamente el rubro del abastecimiento, a la de la venta de comida preparada.</p> <p>"Lo que tenemos que hacer es tratar de cambiar el rubro, porque los supermercados, la remodelación [del Mercado Central] no fue lo óptimo. Cambiamos el rubro y empezamos, empezamos con un restorán chiquitito. Compramos una carnicería que se vendía, sin mi una, sin tener ni una... y la remodelamos a tal extremo, que hicimos el pesquero restorán, que empezó con siete emplatados, catorce mesas, y hoy en día hay mucho más de siete emplatados, y mucho más de siete mesas." (Gladys Carraha)</p> <p>El restorán inaugurado bajo el nombre de Donde Augusto comenzó a tener mucho éxito, mayoritariamente atribuido al tratamiento que se le daba a los productos marinos que allí se</p>	<p>preparaban. Fueron los primeros en desconchar la pala marina, innovando respecto de las antiguas que arribaban un cerro de mariscos, que en su mayoría correspondía a las canchales que sostenían al mismo. Y así hubo varias iniciativas que diferenciaron este restorán del resto que allí se encontraban, marcando tendencias que posteriormente se instauraron como regla general.</p> <p>"Al año tuvimos que ir tratando de agrandarnos porque, gracias al señor, empezamos con un éxito impresionante. Todos nos dicen que el local había sido muy elegante para el sector, que no iba a tener la gente que tiempo y que siempre he tenido, que nos iba a ir mal y resultó que empezamos llenos desde el primer día, el primer día se llenó, fue oscura ¿por qué? Porque estaba en la cocina, la que había, él me voy a trabajar todo de primera, si yo trabajo así, voy a trabajar el mejor aceite, si trabajo manteca, voy a trabajar el mejor aceite, si trabajo manteca, voy a trabajar los pescados, que sean los mejores, porque quería seguir la tradición de mi marido, de lo mejor de lo mejor, de los primeros... Porque a pesar de que estar en el Mercado, por que no voy a trabajar con los mejores [productos]" (Gladys Carraha)</p> <p>Restorán Donde Augusto, Mercado Central de Santiago locales 66-60.</p> <p>Equipeiro Augusto Viquez, dueño de la miniquinta Donde Augusto.</p> <p>Derecha: Pala marina, mariscos locales cocinados en un caldo de pescado, condimentado principalmente con ajo y cebolla. Al servirlo, suele ser decorado con cilantro o perejil picado.</p>  
---	---

— Contenido de la obra.

1.3 Estéticos

A) México kitsch.

Autor: Block Design, Canada.

Libro fotográfico. Es una celebración de esa estética singular que en México ha encontrado su vocación verdadera. El libro es un derroche de color, forma y textura, intercalados con citas de algunos de los artistas más respetados, escritores y pensadores del país.



— Contenido de la obra.

B) Espacio Continuo

Autor: Cristobal Palma.

<https://vimeo.com/56405518>

Exposición fotográfica de las galerías en forma de caracol del comercio de Santiago. Es el registro tipológico de los caracoles comerciales que fueron construidos en Chile en las décadas de los 70s y 80s. Estas estructuras se caracterizan por una rampa en espiral que conecta la calle con el interior, y articula el flujo de movimiento verticalmente, organizando la disposición de los locales comerciales, los cuales miran hacia un vacío central.



— Brochure del proyecto Espacio Continuo.



— Exposición del proyecto Espacio Continuo.

C) Historias con oficio

Autor: Mario Cavalla y Richard Salgado

Editorial: Ocho libros

A través del diálogo de la palabra con la fotografía, este libro registra y rinde homenaje a personajes que, anclados a ciertos barrios, resisten el paso del tiempo con su oficio. Tradicionales maneras en extinción de cocinar, zurcir, curtir o ver cine nos revelan mundos donde el trabajo bien hecho es no solo una especie de garantía, sino una forma de vida.



— Portada de la publicación Historias con oficio.

D) Boutique

Autor: Paloma Palomino.

Es un trabajo editorial que reúne un registro de antiguas tiendas del centro de Santiago, todas relacionadas con el tema de la moda. Locales que parecieran estar destinados a desaparecer, fueron rescatados logrando hacer perpetuos varios espacios del comercio del vestuario del viejo Santiago. Retratos de sus dueños y sus fachadas, artículos y vitrinas fueron capturados en este registro realizado en formato medio, método fotográfico, que al igual que estas tiendas, se encuentra al borde de la extinción. Las imágenes expuestas retratan parte de lo que es nuestro patrimonio, y logran transportar con una mirada nostálgica al Santiago antiguo, que sufre vertiginosos y evidentes cambios y nos hacen ver con mayor claridad lo que hoy tenemos y nos rodea, y a la vez valorar que a pesar de todo, algo queda de una época lejana.



— Portada de la publicación Boutique.



— Contenido de la publicación Boutique.

Paloma Palomino

PHOTOGRAPHER

PROJECTS

Mall
Maicol y sus Amigos
Ponys & Salchichas
A, V, C & M
Boutique
Portraits
Editorial

EXHIBITIONS

MAC
Lanzamiento Joia #25
Galeria Animal

BOOKS

Ponys & Salchichas/book
Donde esta mi Corazón?
Boutique/book

PUBLICATIONS

Vice MX Edición Moda
Joia Magazine #25
Daga Magazine #11
Juxtapoz Magazine
Revista Ronda
Others

COLLABORATION

Vice MX

- About
+ News
- Tumblr
+ Contact

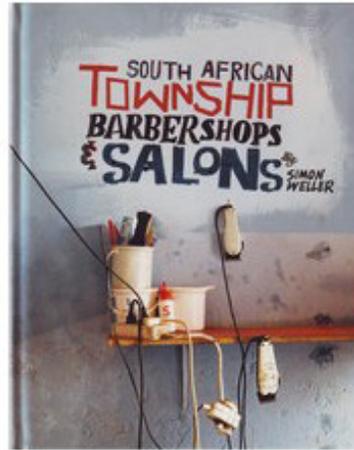


— Visualización de la plataforma web del proyecto.

E) South African Township Barbershops & Salons, 2011.

Autor: Simon Weller.

Publicación que registra fotográficamente la identidad de las peluquerías africanas. También se exhiben diseños vernáculos, como las entregas de los cortes de pelo en oferta y manifestaciones tipográficas en los nombres de cada tienda. El artista además muestra fotografías vívidas de estos salones, sus señalizaciones y sus clientes junto a entrevistas con los propietarios, los clientes.



— Portada de la publicación South African Township Barbershops & Salons.



— Contenido de la publicación.

F) C 41 Magazine

<http://www.c41magazine.it>

Revista de fotografía contemporánea de todo el mundo con sede en Milán. Están interesados en el estilo de vida, la moda, el diseño, al aire libre, y la fotografía de la comunidad que se encuentran en la foto en movimiento. C-41 es un proceso de revelado fotográfico denominado cromogénico en color. También conocido como CN-16 por Fuji, CNK-4 por Konica y AP-70 por AGFA, es el proceso de película más popular en uso, en la mayoría de los laboratorios de revelado al menos tienen una máquina a este proceso de desarrollo.



— Portada Revista C41.

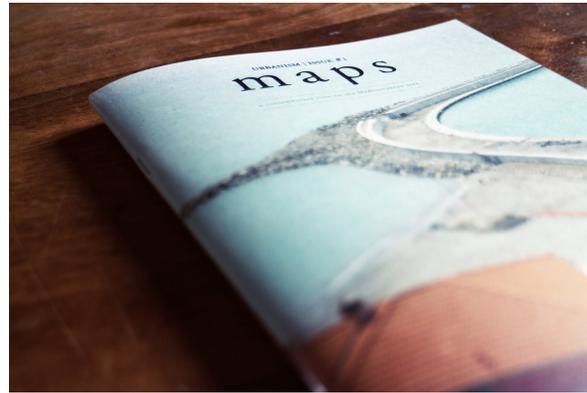


— Parte de la diagramación de las imágenes de la revista.

G) Urbanism ISSUE #1 Maps

https://issuu.com/mapsmagazine/docs/maps_magazine

Maps es una revista en línea publicada trimestralmente con el objetivo de investigar y presentar proyectos fotográficos independientes e innovadores sobre el área mediterránea. Dentro de la revista hay una sección en profundidad con artículos, entrevistas y revisiones. La primera parte se refiere al urbanismo: una investigación sobre el entorno artificial, cuyas estructuras, ya sean físicas o conceptuales, son el resultado de la presencia y actividad humana.



— Portada de la revista.



— Parte de la diagramación de la revista.

2. Planificación del proyecto

2.1 Fundamentación del proyecto

Durante estas últimas décadas, Santiago ha sido el principal escenario de las transformaciones urbanas, pues de acuerdo a estimaciones del INE, representa la comuna céntrica que lidera en cuanto a la cantidad de habitantes³⁰. Por lo mismo, este aumento demográfico, ha traído notorias consecuencias expresadas a simple vista en el crecimiento vertical del área residencial, en la reutilización de antiguos barrios para vivir y en las dinámicas de habitabilidad por parte de los grupos humanos (De Mattos, Fuentes, Link, 2014). Es común identificar que estas particularidades se estén desarrollando en los barrios históricos de la comuna, en donde el deterioro de sus inmuebles, viene a propiciar la inversión de un nuevo mercado liderado por privados en el sector (Contreras, 2014).

Esta situación, conlleva a una transformación de las costumbres que caracterizaban al sector, por ende, cambia la arquitectura de las edificaciones, sus moradores, los productos que estos demandan, inclusive la manera en como son ofertados, y en general, la cultura que solía representar al lugar y a su comunidad. Por tanto, la proliferación del mercado de retail, se posiciona como un agente que viene a satisfacer las necesidades de estos nuevos residentes, poniendo en peligro el comercio de barrio tradicional, que se identifica por poseer una actividad económica a pequeña escala y representa una de las expresiones socioculturales más arraigadas en las prácticas cotidianas de habitar.



— Inmueble típico del barrio Yungay abandonado.

³⁰ 372.330 habitantes según cifras del 2016.



— Deterioro de la Basílica del Salvador, ubicada en Almirante Barroso con Huérfanos.



— Abandono del Palacio de la Alhambra, en calle Compañía.

La importancia de poner en valor el patrimonio que estos locales representan, reside en su inminente desaparición a futuro, ya sea porque no hay herederos que continúen con la tradición, por el aumento en el precio del suelo, por la venta del inmueble en donde se encuentran emplazados, por la influencia negativa que han ejercido agentes del mercado a gran escala (disminución de la clientela), teniendo que desarrollar sus actividades, sabiendo que en cualquier momento, tendrán que cerrar las puertas de su negocio de toda la vida, que en épocas anteriores, representó el patrimonio de sus familias³¹. Son espacios que además, parecieran desafiar al “progreso” y simbolizar el lenguaje de la resistencia, oponiéndose a las prácticas contemporáneas del mercado, en donde es posible mantenerse vigente, prescindiendo de elementos tecnológicos, de un masivo stock de productos, de

un ejercito de personal, o de una imagen de marca estratégica. Son establecimientos que están cargados de significado al encarnar la historia viva de su territorio, por lo mismo, su permanencia contribuye con la formación de un entorno cultural en el barrio y les genera cierto sentido de pertenencia a los habitantes del lugar, ya que son espacios de encuentro que posibilitan la sociabilización de las personas con sus vecinos. Existen estudios que justifican lo planteado, señalando los barrios Santa Isabel³², Yungay, Brasil, Concha y Toro³³, la transformación de la calle Italia y Caupolicán³⁴ (Contreras, 2011), el sector de Franklin³⁵ y el barrio Centro Histórico³⁶, como ejemplos de zonas en donde se ha visto transgredido este capital humano y material.

³¹ Información obtenida en el levantamiento de información de la investigación.

³² En este sector se hizo un recambio de sus antiguos habitantes por otros que optaron por una vivienda en altura, repoblando el eje de esta avenida con edificios de más de 20 pisos de altura.

³³ Estos 3 barrios han tenido la particularidad de desarrollar estos procesos por medio de la refacción de los inmuebles patrimoniales y así encarecer el precio del suelo con el fin de hacer un recambio de los residentes que ocupaban el sector, por unos que puedan costear más altos precios.

³⁴ La transformación de la calle Italia y Caupolicán, se ha estado dando por el embellecimiento del barrio y su alta actividad comercial de productos de diseño, lo que también viene a encarecer el precio del suelo por atraer a un público que está dispuesto a adquirir bienes a un elevado costo, convirtiéndolo en un barrio exclusivo.

³⁵ Aquí se han dado las condiciones para ser redescubierto por los sectores más acomodados, puesto que la Factoría de Arte Santa Rosa, el Club Matadero y el Teatro Huemul, se asociaron hace algunos años para desarrollar un nuevo polo cultural en esta zona comercial por excelencia.

³⁶ Este lugar se caracteriza por concentrar la mayor cantidad del patrimonio material de la ciudad, el que coexiste junto a edificaciones que hasta el la actualidad, no paran de proliferar. Es también un foco caracterizado por su diversidad de cultural y social, albergando desde inmigrantes, oficinistas, empleados públicos, políticos, estudiantes, hasta vendedores ambulantes y/o turistas, entre otros.

Locales como la carnicería Santa Rosa, que duró 52 años en la esquina de Av. Italia con Sucre; la farmacia Babel ubicada en la intersección de Simón Bolívar con Brown Norte, que con 68 años cerró sus puertas; el bazar Astra que con 59 años dejó de existir en la calle Rosas, la carnicería Rodríguez ubicada en Huérfanos con Cumming con más de 76 años en el rubro, o la ferretería Las Lilas que tras cumplir 50 años desapareció de la calle Eliodoro Yáñez³⁷, son sólo algunos ejemplos de todos los establecimientos que no han podido competir con la oferta ni con los precios del mercado, tornándose poco rentable el negocio, siendo reemplazados finalmente por lugares de comida rápida, mini market, etc.

No obstante, los lugares que han logrado subsistir, poseen una riqueza inmaterial atribuida a la autenticidad que aún conserva parte significativa de la historia de la ciudad y de los núcleos sociales que lo habitan, erradicando este valor, en la fracción del pasado que representan y que les pertenece a sus habitantes. Son espacios que por muchos años han preservado un imaginario visual correspondiente a décadas pasadas y a una tradición propia de boliche de antaño, por lo que el contraste emanado al observar la convivencia de estos locales con tiendas caracterizadas por su estética actual, resulta ser poco coherente.



— Carnicería Santa Rosa.

³⁷ Fuente: Boliches con Historia, guía virtual sobre el comercio de barrio tradicional. Consultado en www.coemrciodebarrio.cl



— Farmacia Babel.

Por ende, la importancia de familiarizarse con la propia historia, erradica en el ejercicio de entender quienes somos como comunidad, favoreciendo el proceso de construcción de una identidad que refleje las particularidades de un grupo humano, ya sea como entes individuales y/o colectivos, y como se ha dado su evolución cultural, para así poder comprender de donde proviene la identidad que caracteriza a las comunidades del presente. Por consiguiente, nos concierne rescatar y proteger el patrimonio inmaterial que aún conservan los locales comerciales de mayor tradición, ya que constituyen parte de la memoria e identidad de la sociedad local.



— Ferretería Las Lilas.

HISTÓRICO CENTRO



— Carnicería Rodríguez.



— Bazar Astra.

2.2 Descripción del proyecto

El proyecto “Histórico Centro. Registro de los antiguos lugares del comercio de Santiago”, pretende inmortalizar la identidad del comercio de barrio característico de la segunda mitad del siglo pasado, registrando el entorno visual de las tiendas que se han logrado conservar pese al paso del tiempo y las historias atesoradas por sus propios dueños, de tal manera de poder plasmar la esencia de estos lugares y el espíritu de quienes han sabido mantenerlos con vida. Así se logra mantener sus recuerdos y rendir un homenaje a esas personas que estuvieron tenazmente ejerciendo el mismo oficio durante décadas.

Para lograr esto, se llevó a cabo una investigación de carácter documental, realizando un catastro de los locales comerciales más antiguos del barrio Centro Histórico de la comuna de Santiago, de los cuales, luego de un proceso de selección, se trabajó con los establecimientos que tuvieron mayor cantidad de años, que se dedicaban a un oficio en particular y que se encuentran en riesgo directo de desaparecer. Así mismo, se retrató el patrimonio cultural que encarna el testimonio gráfico y oral de estos lugares, para perpetuarlos en el tiempo a pesar de su inminente desaparición a futuro. Para esto, se fotografiaron las dependencias interiores y exteriores de los locales seleccionados desde una perspectiva documental del lugar, y se convivió con los dueños en sus horarios laborales, para poder contar la historia del lugar a partir de las experiencias vividas por sus propios trabajadores, con el fin de mostrar la intimidad que ha caracterizado a cada recinto a lo largo de tantos años.

Posteriormente, el contenido de este proyecto se vio reflejado en una ruta patrimonial inédita que incluyó los principales hitos del sector. Esta ruta se materializó en 6 publicaciones, cada una dirigida a un lugar diferente, en donde se exhibieron imágenes que retrataron sus espacios más íntimos para dar cuenta de lo más propio de cada uno de ellos. Estos libros se constituyeron a raíz de una

serie de fotografías, que buscaron plasmar en el tiempo el reflejo del comercio de barrio tradicional que caracterizó a la comuna en épocas pasadas, permitiendo construir un relato que desentrañó las memorias y vivencias ocultas en cada local.

2.3 Objetivos del proyecto

2.3.1 General

Evidenciar y poner en valor el legado material e inmaterial de los locales tradicionales del centro histórico de Santiago.

2.3.2 Específicos

1. Registrar el valor cultural material e inmaterial presente en los locales comerciales de mayor tradición ubicados en el centro de la comuna de Santiago, por medio de la investigación de carácter documental en terreno.
2. Clasificar el entorno visual que poseen las tiendas más tradicionales del comercio de Santiago centro en una colección de libros que registren fotográficamente y recopilen la esencia de estos lugares y parte de su historia.
3. Desarrollar una ruta patrimonial-comercial en Santiago centro, que incluya los locales más antiguos del barrio para definir estrategias de apoyo, financiamiento y difusión para su uso público, la que se materializará a través de una colección de libros, en donde cada tomo contará la historia de estos hitos patrimoniales por separado.

2.4 Metodología del proyecto

1ª ETAPA: Investigación preliminar

1.1 Análisis teórico y práctico para escoger el barrio a trabajar.

2ª ETAPA: Investigación documental en terreno

2.1 Catastro y selección (según criterios de clasificación) de los locales comerciales antiguos que aún se mantienen vigentes en el barrio escogido.

2.2 Recopilación de la información inmaterial.

2.2.1 Elaboración y aplicación de entrevistas para los locatarios.

2.2.2 Transcripción de las entrevistas y desarrollo de la pauta para la sesión fotográfica.

2.3 Recopilación del material gráfico.

2.3.1 Sesión fotográfica para cada lugar.

3ª ETAPA: Generación de contenidos

3.1 Edición del relato oral para cada local.

3.2 Selección y post producción fotográfica.

3.3 Redacción de los textos correspondientes a la publicación.

3.4 Diseño de la ruta patrimonial e ilustración del mapa.

4ª ETAPA: Desarrollo de la maqueta

4.1 Diagramación de los libros.

4.2 Impresión.

4.3 Encuadernación.

5ª ETAPA: Plan de difusión

TAREAS GENERALES	TAREAS ESPECÍFICAS	Mes 1	Mes 2
Investigación preliminar	Formulación de la investigación		
	Búsqueda de antecedentes		
	Justificación de la problemática		
Investigación documental en terreno	Planificación de los recorridos		
	Recorridos por diferentes barrios de la comuna de Santiago		
	Recorridos planificados por Santiago Centro		
	Recolección de los relatos orales		
Generación de contenidos	Recolección del material fotográfico		
	Análisis, selección, organización y distribución de la información recopilada		
	Definición de las pautas para el diseño de la colección		
	Generación del relato oral de los dos volúmenes a realizar		
Desarrollo de la maqueta	Generación del relato fotográfico de los dos volúmenes a realizar		
	Toma de decisiones gráficas para el diseño de las maquetas		
	Diagramación de las dos maquetas a realizar		
Plan de difusión	Impresión y encuadernación de las maquetas		
	Presentación del proyecto		
	Postulación a fondos concursables		

CARTA GANTT

Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18
█															
	█	█													
			█												
				█											
					█	█									
							█								
								█							
									█	█					
											█				
												█			
													█		
														█	
															█
															█
															█

2.5 Sociabilización del proyecto: clientes, usuarios, beneficiarios, profesionales e instituciones involucradas.

Las personas-usuario en las que se enfoca el proyecto, se caracterizan por poseer características diferenciadas entre si, por lo que se describen tres tipos:

Nombre usuario	Tipo de Usuario	Disciplina	Interés patrimonial	Objetivo patrimonial
Usuario A	Directo Persona	Arquitectos	Material	Preservar
		Historiadores	Inmaterial	Plasmar
		Sociólogos	Inmaterial	Analizar
		Periodistas	In y material	Difundir
		Pedagogos	In y material	Transmitir
Usuario B	Indirecto Persona	Fotógrafos	Material	Plasmar
		Diseñadores	Material	Plasmar
		Artistas visuales	In y material	Transmitir y representar
		Cineastas	In y material	Transmitir y representar
Usuario C	Indirecto Persona Cliente	Diversas, ninguna en específico	Inmaterial	Identificarse

TABLA DE SOCIALIZACIÓN

Objeto de interés	Ámbitos de Interés	Atributos
Inmuebles Relato Relato Relato + Inmuebles + Objetos de culto Relato + Inmuebles + Objetos de culto	-Patrimonio - Cultura - Historia - Ciencias sociales -Educación - Artes - Arquitectura	- Añoranza del pasado - Atracción por modas de décadas pasadas y por objetos antiguos: juguetes, utensilios, ropa, adornos, inmuebles, aparatos electrónicos, mobiliario, entre otros - Interesan por comprender sus propias raíces - Afición por las zonas tradicionales y el conocimiento local de diferentes lugares, particularmente de la ciudad de Santiago - Representan un consumidor habitual de productos que difundan la memoria y costumbres pasadas de distintas culturas - Sujeto activo en cuanto a la participación de eventos de índole cultural: rutas patrimoniales, visitas a museos, ferias del libro, bibliotecas, librerías - Personas que se encantan con la riqueza cultural más propia de un lugar: arquitectura de épocas pasadas, expresiones populares, raíces folklóricas, inmuebles patrimoniales, barrios pintorescos, lugares típicos, etc. - Gustan de adquirir publicaciones impresas que plasmen su interés por el patrimonio y la historia: libros, revistas y fanzines ya sean de ediciones contemporáneas o de décadas pasadas
Inmuebles + Objetos de culto Objetos de culto Relato + Inmuebles + Objetos de culto Relato + Inmuebles + Objetos de culto	- Arte - Diseño - Fotografía - Ilustración - Diseño editorial - Películas y cortometrajes - Teatro - Moda textil - Decoración	- Se relacionan con el ámbito de la estética, la gráfica, la visualidad y el arte - Tiene especial interés por las tendencias - Suelen estar conectados y visitar redes sociales como pinterest, instagram o tumblr - Son asiduos a frecuentar ferias de diseño o exposiciones de arte en diversas técnicas: fotográficas, esculturas, pinturas, ilustración, entre otras - Sienten atracción por lo análogo, lo manual, lo artesanal, y los oficios - Gustan de adquirir publicaciones impresas que plasmen su interés por la imagen, la moda, el arte, la ilustración o la fotografía: libros, revistas y fanzines ya sean de ediciones contemporáneas o de décadas pasadas
Relato	- Historia - Vivencias personales - Recuerdos	- Personas que han sido clientes frecuentes de los locales comerciales participantes del proyecto - Sujetos que sienten un afecto especial por el inmueble y por las personas que allí trabajan - Individuos que ven parte de sus historias de vida representadas en estos locales comerciales por alguna tradición familiar - Personas que sienten un apego fraternal hacia los dueños y trabajadores de toda la vida que han sido parte importante de las tiendas participantes del proyecto

Los beneficiarios directos son aquellas personas con las que se trabajó y se retrataron sus negocios.

Instituciones interesadas en el proyecto (tanto gubernamentales como privadas), deben estar involucradas con la historia, las ciencias sociales, el arte y la educación, vinculadas por un interés común: el patrimonio cultural.

Beneficiario	Locatario+ Empleados	- Ninguna en específico - Relacionada con el rubro que	No especificado	No especificado
		desempeñe cada local		
Instituciones interesadas	Privada + Gubernamental	Diversas, ninguna en específico	In y material	- Preservar - Plasmar - Analizar Difundir Transmitir

<p>No especificado</p>	<p>Sustentabilidad de sus negocios - Captar clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Personas que percibirán una contribución directa con este proyecto - Propietarios y/o funcionarios de las tiendas participantes de esta ruta patrimonial - Este se verá favorecido en cuanto a la difusión y distinción que se le hará a sus propios locales, promoviendo indirectamente la activación del comercio para los negocios más antiguos de este barrio de la comuna de Santiago
	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener vigentes sus tiendas - Proteger la economía de sus locales 	
<p>Relato + Inmuebles + Objetos de culto</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Patrimonio - Cultura - Arte - Historia - Educación 	<ul style="list-style-type: none"> - Cada organización se caracteriza por apoyar e impulsar los proyectos que se relacionan con el rescate patrimonial, para así realzar el valor de la cultural local por medio de iniciativas e instancias que aporten con nuevas ideas. <ul style="list-style-type: none"> · DIBAM: Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos de Chile <ul style="list-style-type: none"> - PAT Revista Patrimonio Cultural - Memorias del siglo XX - Contenidos locales - http://www.fotografiapatrimonial.cl · Catálogo Fotográfico del Museo Histórico Nacional · Consejo Nacional de las Culturas y las Artes · Memoria Chilena · Ministerio de Bienes Nacionales → Rutas patrimoniales · Corporación del Patrimonio Cultural de Chile (privado) · Cultura Mapocho (comunitaria no gubernamental)

2.6 Recursos y soportes tecnológicos

2.6.1 Para el registro de los locales



Cámara digital Canon EOS T5



Lente Canon Ef 50mm
f/1.4



Lente Canon Ef
85mm f/1.8



Iphone 4



Tarjeta SD 16 gb

2.6.2 Para el desarrollo del proyecto



Macbook Pro



Disco duro externo

2.6.3 Para la edición de las publicaciones



2.7 Gestión estratégica: costos y auspicios y patrocinios.

TABLA DE COSTOS				
Cantidad	Equipamiento	Monto	Uso	
1. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL EN TERRENO		Total: \$ 1.183.270		
1.1 Producción \$1.067.870				
1	Cámara digital Canon EOS T5	449.900	Sesiones fotográficas	
1	Lente Canon Ef 50mm f/1.4	236.000	Sesiones fotográficas	
1	Lente Canon Ef 85mm f/1.8	249.000	Sesiones fotográficas	
1	Trípode	19.990T	Sesiones fotográficas/ Panorámicas	
2	Tarjeta Kingston SD 16 gb	10.990	Sesiones fotográficas	
1	Disco duro externo	50.000	Almacenamiento fotográfico	
1	Grabadora de audio digital Sony	39.990	Registro oral	
1	Batería LP E10 (cámara digital)	12.000	Sesiones fotográficas	
1.2 Gastos operacionales \$115.400				
	Papelería e impresiones	5.000	Trabajo documental en terreno	
2 meses	Costo de transporte	38.400	Trabajo documental en terreno	
2 meses	Catering	72.000	Trabajo documental en terreno	
2. GENERACIÓN DE CONTENIDO Y ELABORACIÓN DE LA PUBLICACIÓN		Total \$ 762.990		
	MacBook Pro	599.900	Desarrollo de la publicación	
	Office Mac	39.990	Desarrollo de la publicación	
3 meses	Licencia Adobe creative cloud (Photoshop, InDesign, Lightroom)	9.500 Mensual 28.500 Total	Desarrollo de la publicación	
4 variantes	Licencia tipografía Garamond Premiere Pro (Caps, Italic, regular, bold)	94.600	Desarrollo de la publicación	
3. DESARROLLO DE DOS MAQUETAS		Total \$ 151.777 (\$39.500 desarrollo de un ejemplar)		
4 Pruebas de impresión	Impresión	Prueba 1	10.000	Pruebas de impresión
		Prueba 2	10.000	
		Prueba 3	10.000	
		Prueba 4	10.000	
1	Papelería para pruebas de impresión	Starwhite 104g.	583	Pruebas de impresión
1		Concept Wove 104g.	700	
1		S. Writing 90g.	684	
70 pliegos	Papelería para impresión de las pruebas y versión final del libro: Papel sirius 104g (58,4x88,9cm.)	40.810		
2	Impresión final de la maqueta	20.000		
2	Dimensionado	4.000		
2	Encuadernación	30.000		
2	Portada	15.000		
4. Plan de difusión \$29.000				
	Hosting web	20.000		
	Difusión redes sociales Facebook	9.000		
	Micro videos	-		
TOTAL		\$ 2.127.037		

2.7.1 Auspicios y patrocinios

A) Crowdfunding

Es una plataforma web llevada a cabo por sujetos que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos que financien en parte o por completo una iniciativa, funcionando a través de la colaboración de un determinado número de personas.

Modo operativo:

1. El emprendedor envía el proyecto a la web, indicando su respectiva descripción, cantidad necesaria, tiempo de recaudación y recompensas.
2. Se especifica que tipo de cooperación se va a pedir: recompensas, préstamo, donaciones o inversión.
3. Se publica el proyecto por un tiempo determinado, 30, 60, 90, 120 días.
4. Se promociona lo máximo posible. Fin del plazo, financiado o no.

Para efectos del proyecto, se pedirá una colaboración del tipo recompensas para financiar las maquetas de los seis volúmenes de la colección Histórico Centro, para posteriormente, ser presentada a alguna entidad interesada en financiar su edición y distribución. Así, diferentes personas aportarían una suma de dinero específica y a cambio recibe algún producto relacionado con la iniciativa, en modo de agradecimiento si es que se llegara a juntar la suma que se está solicitando, la que será de \$2.534.060. Y los incentivos serán los siguientes:

TABLA DE INCENTIVOS CROWDFOUNDING		
	Monto	Regalo
1	5.000	Agradecimiento en el libro y redes sociales
2	10.000	Agradecimiento en el libro y redes sociales + Marca página
3	25.000	Agradecimiento en el libro y redes sociales + Marca página + set de 5 stickers + 3 Postales digitales
4	50.000	Agradecimiento en el libro y redes sociales + Marca página + set de 5 stickers + 3 Postales digitales + 5 Postales impresas + Invitación al lanzamiento
5	150.000	Agradecimiento en el libro y redes sociales + Marca página + set de 5 stickers + 3 Postales digitales + 5 Postales impresas + Invitación al lanzamiento + Cuadro a elección + Totebag
6	250.000	Agradecimiento en el libro y redes sociales + Marca página + set de 5 stickers + 3 Postales digitales + 5 Postales impresas + Invitación al lanzamiento + Cuadro a elección + Totebag + Un capítulo digitalizado del libro correspondiente a un local determinado
7	500.000 o +	Agradecimiento en el libro y redes sociales + Marca página + set de 5 stickers + 3 Postales digitales + 5 Postales impresas + Invitación al lanzamiento + Cuadro a elección + Totebag + Un capítulo digitalizado del libro correspondiente a un local determinado + Libro impreso

B) Ley de donaciones culturales

Es el beneficio que entrega el proyecto a la comunidad en general, propuesta por el beneficiario y definida por el Comité, en retribución al beneficio tributario que genera esta ley y que implica que el estado deja de percibir una parte de los impuestos. El financiamiento debería llegar por medio de una institución sin fines de lucro (en este caso por la fundación Patrimonio), quienes se encargarían de asesorar, administrar y gestionar el proyecto, siendo un puente entre el artista y los entes privados. La idea es que el proyecto postulado, funcione como una propuesta de retribución cultural al Comité de Donaciones Culturales, quien evaluará según el tipo de proyecto y el monto del financiamiento acogido a esta ley, si ésta es pertinente, de lo contrario, hará una propuesta según lo que dicta la ley y el reglamento.



— Esquema del funcionamiento de la Ley de Donaciones Culturales.

C) Fondos de cultura

Estos se tratan de un fondos concursables que entrega el Estado. La idea sería postular al Fondo del Libro y la Lectura para la realización de la colección completa (6 tomos), mediante el financiamiento para su creación y distribución de una cierta cantidad. Por otro lado, con el financiamiento de los libros ya conseguido, también sería provechoso postular a estos beneficios para acompañar el proyecto con una exposición fotográfica que complemente la difusión del proyecto.



— Logo de la iniciativa.

D) Venta en verde

Esto consiste en realizar un presupuesto por una cantidad determinada de libros. Luego se le presenta a alguna institución que posiblemente podría estar interesada en comprarlos (Turistik por ejemplo) y se le ofrece un precio que convenga a ambas partes. De esta forma, a pesar de estar en un proceso de pre producción, se asegura la venta del 100% de la partida, en donde quedaría financiada la impresión y su distribución.

A) Identidad de barrio:



B) Su transformación:



C) Gentrificado:



- Barrios Yungay y Brasil

Estazonase caracteriza por ser una de las más antiguas de la comuna de Santiago. Fue una de las pioneras en cuanto a la concepción de barrio que se tiene en la actualidad, pues su fundación data del año 1837, a manos de reconocidos aristócratas de la época. Actualmente, aún quedan inmuebles característicos de esta época, sin embargo, su deterioro ha sido el motivo por el cual las inmobiliarias han visto una oportunidad de negocio, reconstruyendo el entorno con edificaciones que no dialogan con el pasado y la historia que representa al barrio ni sus alrededores. Paralelo a esto, se pudo notar además, la presencia de un comercio que utiliza la sobre carga de diseño como una estrategia de marketing e intenta salir del código visual que posee el barrio, para así “embellecer” el entorno. Esto produce un gran contraste al compartir el entorno con las manifestaciones culturales del espacio público que han mantenido los habitantes del sector.

A) Identidad de barrio y deterioro:





- Barrio La Chimba

Este lugar abarca las comunas de Recoleta e Independencia e incluso contiene dentro de su perímetro barrios emblemáticos de la ciudad, como Patronato, Bellavista y la Vega Central. El recorrido por este sector permitió distinguir la tremenda carga patrimonial del lugar en cuanto a edificaciones históricas y a la diversidad social. Sin embargo, fue posible apreciar el deterioro de los inmuebles más antiguos del sector, lo que genera una evidente especulación inmobiliaria, ya que el sector se encuentra siendo repoblado por torres de más de 20 pisos. A esto se le suma la cantidad de inmigrantes que habitan el lugar en viviendas precarias y forja una mixtura cultural que le da un nuevo aire al territorio.



A) Transformación de la identidad de barrio:



- Barrio San Diego

Este sector ubicado en el centro de la capital, se caracterizó por ser un barrio de carácter comercial y sus alrededores de uso residencial. Aquí se observó una diversidad de locales, desde restaurantes, imprentas, súper mercados, tiendas de música o decoración, teatros antiguos, galerías con venta de libros usados y nuevos, locales de bicicletas, restaurantes peruanos, entre otros. Al advertir esta variedad de rubros, pareciera que el entorno se compone por una identidad gráfica no tan definida, sino más bien, representa una multiplicidad de estilos que ya reemplazaron la visualidad del entorno de antaño. Por otro lado, es un barrio que en sus alrededores, han proliferado construcciones en altura para su uso residencial, reemplazando la arquitectura representativas de épocas (como cites).

A) Identidad de Barrio:



B) Transformación:



- Lastarria

Se descartó el recorrido por esta zona, ya que, luego de analizar previamente su situación respecto del tema, se concluyó que no es un barrio gentrificado, ni en vías de hacerlo, por tanto, como no reunió las características básicas para participar del proyecto, se dejó fuera.

- Santiago Centro

Este barrio se encuentra ubicado en el corazón de la capital. Por lo mismo, recae gran importancia sobre él por caracterizarse como un polo administrativo, político y comercial primordial en las actividades del país, ya que aquí se concentran los organismos de estado, la actividad de gobierno y una alta demanda de mercado perteneciente al retail y al comercio a baja escala. Se le denomina además casco histórico por poseer la mayor cantidad de inmuebles patrimoniales en la comuna. El recorrido por sus calles permitió observar como estos se encuentran en peligro por la constante amenaza de la modernización del entorno, tanto por las nuevas prácticas comerciales como por las transformaciones arquitectónicas que allí se están llevando a cabo. Con respecto a este último punto, se pudo ver la diversidad de inmuebles que conviven en el territorio, en donde edificaciones con menos de un año de vigencia, colindan con construcciones del siglo XIX. En conjunto con esto, fue posible observar además el fuerte contraste que se produce entre la convivencia de diferentes locales comerciales, por dedicarse a variados rubros y por tener unos más antigüedad que otros.

Asimismo, durante esta etapa, fue posible ver la desaparición de ciertos inmuebles en conjunto con los establecimientos que albergaban. Así lo fue con la reciente demolición del edificio de Protección Mutua de los Empleados Públicos de Chile que se ubicaba en la esquina de la calle Morandé con Rosas desde el año 1924; el futuro desalojo de los locales de artículos para tejer en la calle Puente por la venta del antiguo edificio en donde se ubicaban; o enterarse de los locales emblemáticos que ya cerraron sus puertas, como La florería Jardín Souvenir ubicado en la calle New York, la Cordonería y botonería Alemana que atendía desde el 1891 o el ex bazar Astra ubicado en Rosas 1138.

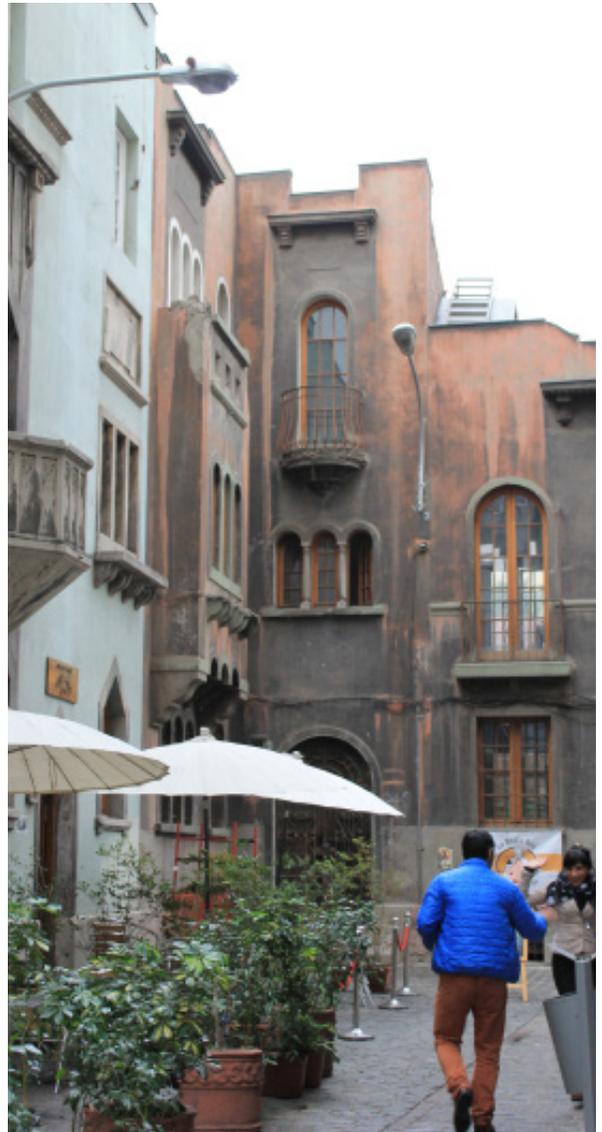
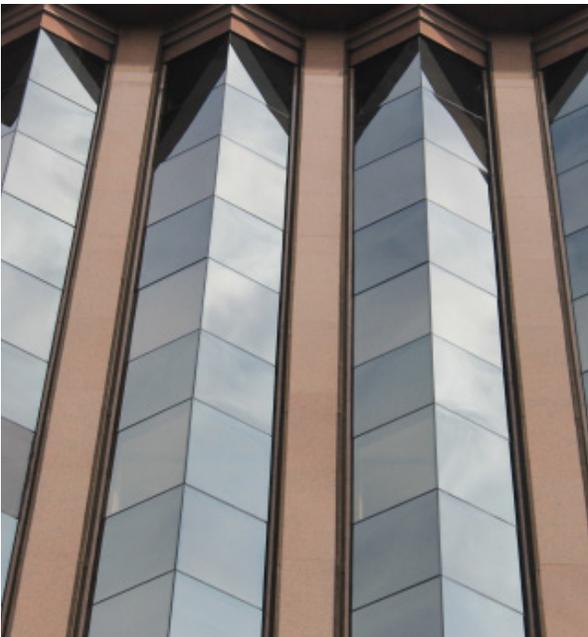
Finalmente, se concluyó que este barrio reunía las características más idóneas para desarrollar el proyecto, en comparación con el resto. En resumen, y para entender con mayor precisión, se escogió Santiago centro para trabajar por las siguientes particularidades:

1. Se ubica en el corazón de la capital.
2. Representa un polo administrativo, político y comercial para el país.
3. Se le conoce como el casco histórico de Santiago, por poseer la mayor cantidad de inmuebles patrimoniales en la comuna (los que van quedando).
4. El evidente contraste entre el presente y el pasado arquitectónico y comercial del barrio
5. La desaparición de locales e inmuebles emblemáticos.

A) Identidad de Barrio:



B) Densificación en altura:



3.1.2. Primer acercamiento a Santiago Centro: descripción del sector

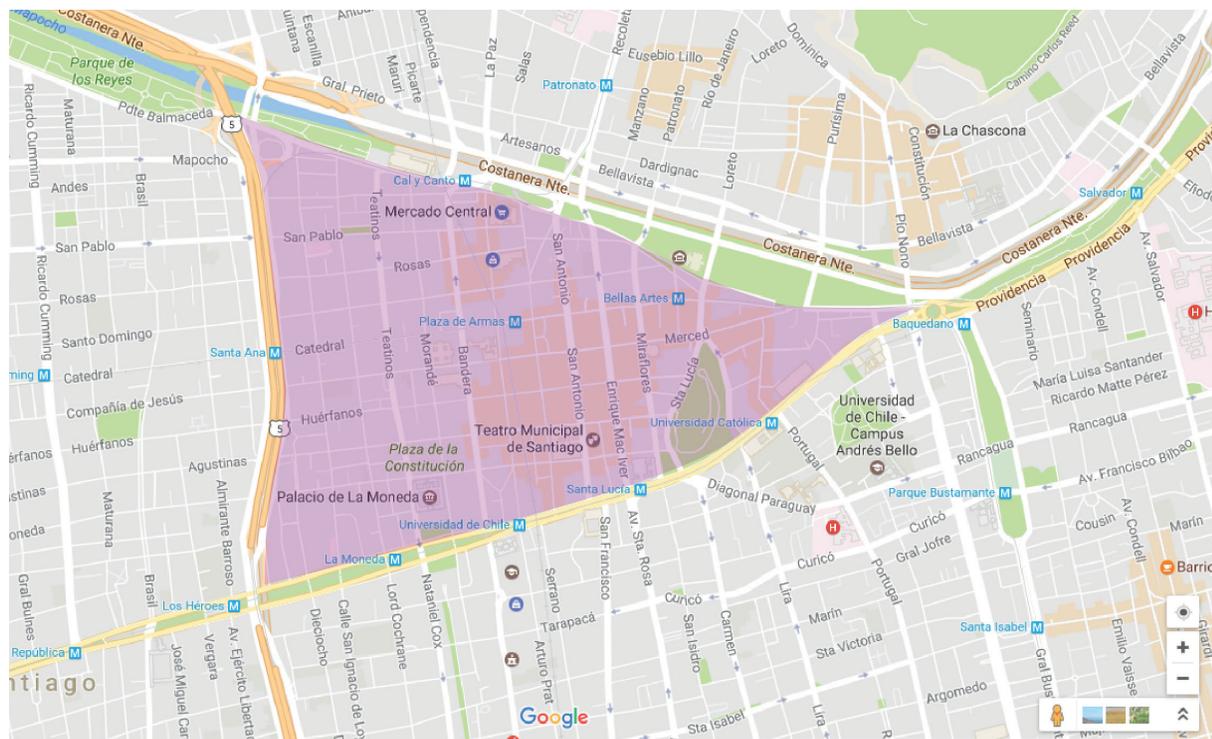
Toda la información recolectada en esta etapa de trabajo, se debe al trabajo de campo en terreno, a días enteros de largas caminatas, a observaciones presenciales del entorno urbano, a la confianza y calidez de personas desconocidas, a las historias de vida que se encontraron en el camino, a conversaciones con personas de muy buena disposición y a lo sorprendente que pueden llegar a ser los rincones de nuestra ciudad.

A) Ambiente y reconstrucción del origen de Santiago centro

Santiago centro pertenece al casco histórico de la comuna de Santiago, correspondiente al sector más antiguo de la ciudad. Administrativamente, es parte de una de las 37 comunas que comprenden el área metropolitana. El sector se articula alrededor de 3 calles principales (es una zona con forma triangular). Al sur delimita con la Avenida

Libertador Bernardo O'Higgins, al norte con la autopista Costanera Norte y al poniente con la Autopista Central, cuyo centro es la Plaza de Armas. Además, incluye el cerro Santa Lucía y el Parque Forestal como atractivos naturales de la zona.

Fue fundada en el año 1541 y el diseño de esta se le delegó a Pedro de Gamboa, quien se encargó de trazar la ciudad en forma de plano damero ubicando la plaza al centro de la ciudad. El terreno se dividió para la construcción de la cárcel, la catedral y la casa del gobernador, la otra parte se entregó al resto de colonizadores quienes tuvieron que edificar sus casas de adobe. Desde sus inicios, la evolución de Santiago estuvo marcada por constantes enfrentamientos entre españoles colonizadores y habitantes originarios de la zona y por desastres naturales, sin embargo, la población comenzó a crecer demográfica y arquitectónicamente. Las primeras construcciones fueron la Catedral, la iglesia San Francisco, el Puente Calicanto, la Biblioteca Nacional y el Instituto Nacional, y luego



— Mapa del casco histórico de Santiago.

de la independencia, se crea el Cementerio General y la Alameda de las Delicias. El desarrollo de la ciudad fue inminente, la población se multiplicó y se dio paso al crecimiento de los sectores de la zona sur y poniente del sector. Con esta nueva expansión periférica, se modificó el tradicional mapa de la ciudad, añadiendo otros poblados aledaños a su estructura.

Durante el siglo XIX, se desencadenaron obras significativas para el desarrollo urbano de aquel tiempo, como la remodelación del cerro Santa Lucía y de la alameda, la construcción de caminos, el teatro municipal, el Club Hípico y el Parque O'higgins. En 1884, se inauguró la Estación Central de Santiago, convirtiendo al sistema ferroviario en el medio de transporte principal. Ya circulaban por las calles vehículos y el tranvía, y se tenía la llegada de los primeros teléfonos en el país. A fines del 1800, Santiago estaba poblada de habitantes que en su mayoría vivían en territorios que se encontraban al margen del desarrollo urbano impuesto por la oligarquía, en barrios pobres y periféricos como Yungay y Chuchunco.

Con la llegada del 1900, la ciudad comenzó a abrirse paso en el desarrollo industrial, se amplió la red de ferrocarriles construyéndose la Estación Mapocho, el Parque Forestal, el Museo de Bellas Artes, el Internado Nacional y son finalizados los trabajos de alcantarillado. En esta época, se abrieron locales en las cercanías de la calle ahumada y del barrio cívico y se instalaron los principales bancos y tiendas comerciales, lo que le dio un carácter comercial, administrativo y financiero al centro de la ciudad. Además, se dio paso a la construcción de edificios más modernos de mediana altura para ministerios y servicio público, en 1969 se inició la construcción del metro de Santiago y las principales calles del centro se convirtieron en paseos peatonales (Paseo Ahumada y Estado).

El comienzo del s. XXI, estuvo marcado por un alto desarrollo inmobiliario de edificios residenciales, atrayendo principalmente a adultos jóvenes, por tanto, el centro de la capital pasó de tener

214.159 habitantes en 2002 a 308.027 en el 2012, convirtiéndose en la comuna con más habitantes nuevos del país debido al aumento de subsidios. Según el director del INE, Francisco Labbé, son tres las razones que explican este fenómeno, uno es el incentivo de subsidios para invertir comprando propiedades en comunas en las cuales tienen baja población y se busca repoblar, otras razones que inciden en dicho aumento es que son hogares unipersonales. Muchos jóvenes que viven solos se van a vivir al centro. Y la última razón es que los inmigrantes que llegan a la capital prefieren vivir en esta comuna, añade Labbé (Felipe Passi, 2012). Sin embargo, se registra un descenso en la población de Santiago Centro, lo cual viene a representar una zona rodeada de edificaciones residenciales, pero dedicada al comercio y servicios.

Esta zona es conocida popularmente como Santiago Centro por su tradición histórica. Aquí se concentran las principales actividades comerciales, financieras, administrativas y políticas del país. Se encuentran los principales organismos del Estado, el Palacio de gobierno y la gran mayoría de los servicios públicos, lo que la consolida como la comuna más importante del país. Además se encuentran importantes instituciones como el palacio de Tribunales de Justicia de Santiago de Chile, edificio que alberga a la Corte Suprema, la Corte de Apelaciones y la Corte Marcial del Ejército, la Fuerza Aérea y Carabineros. Se caracteriza además por poseer paseos peatonales que concentran gran actividad comercial, como el paseo Ahumada y el paseo Estado, pues en ellos se encuentran las principales casas comerciales.

De los 174 sitios patrimoniales reconocidos por el Consejo de Monumentos Nacionales, un poco menos de la mitad se encuentran solo en la comuna de Santiago, lo que es comprendido hoy en día como centro histórico de la ciudad. En su mayoría, son construcciones que datan de la Colonia, entre ellos vemos la Catedral Metropolitana, la iglesia de San Francisco, la sede de la Real Audiencia, el Correo Central o la Casa Colorada.

B) Clasificación barrial

El tour por Santiago centro permitió observar su subdivisión según aspectos culturales, comerciales y arquitectónicos. Al sur del territorio, se encuentra el barrio cívico entre las calles Alameda, Agustinas, Bandera y Amunátegui, pues aquí los inmuebles son en su gran mayoría edificios de gobierno, desde ministerios, organismos de servicio público hasta el Palacio de La Moneda.

Hacia el sector oriente, entre las calles Moneda, San Antonio, Loreto y el Parque Forestal, se ubica uno de los dos barrios residenciales que integran el lugar. Este agrupa una gran cantidad de edificaciones en altura, en donde deben convivir los más tradicionales con los contemporáneos, compartiendo a su vez el espacio con variados restaurantes, bares y cafés. Por el lado contrario, hacia el poniente, en lo que comprende las calles Mapocho, Manuel Rodríguez, Teatinos y Agustinas, se encuentra el otro barrio residencial de la zona. Este se caracteriza por el deterioro de sus inmuebles más antiguos, los que han sido reemplazados por torres modernas de altos edificios, lo cual ha cambiado el paisaje urbano y su dinámica comercial.

Más al sur, de la calle Merced hacia Alameda y de extremo a extremo, se concentra el entorno laboral de oficina, y hacia el norte, el perímetro reúne actividades directas del comercio a baja escala, pues, los paseos Estado, Ahumada y Huérfanos, son conocidos por su actividad comercial relacionada con el retail. Por otro lado, esta área también se encuentra sectorizada según ciertas calles: al norte se encuentra el mercado central que alberga la gastronomía más tradicional del barrio; la calle 21 de Mayo es conocida por ofrecer múltiples locales de lanas y artículos de tejido; Rosas es caracterizada por el comercio mayorista de accesorios de costura, souvenir y artesanía, pero atravesando Morandé, se convierte en una vía dedicada al rubro de las máquinas de cocer; Miraflores es identificada sin duda por el mundo de las ópticas; detrás de la catedral, en la calle que lleva su mismo nombre, es posible hallar desde mini market hasta pequeños restaurantes de productos internacionales peruanos

y colombianos; la calle Bandera es reconocida por la venta de ropa de segunda mano y San Antonio dedicada a un evidente comercio sexual a toda hora.

La mixtura cultural es también un factor muy representativo de la zona que comprende el cuadrante entre las calles San Antonio, Merced, Morandé e Ismael Valdéz, ya que concentra la mayor cantidad de inmigrantes peruanos y colombianos. Por consiguiente, se observa la presencia de restaurantes y negocios con productos típicos de estos países, múltiples centros de llamados, agencias de viaje y además suele ser muy común toparse con peluquerías extranjeras especializadas en cortes y peinados estilo afro.

Las galerías son también un aspecto particular del lugar. El recorrido permitió encontrar 47 de ellas reunidas en el centro del barrio entre las calles Alameda, Morandé, Santo Domingo y Miraflores. Unas más modernas que otras y dedicadas a diferentes rubros, las ubicadas más al norte se dedican a la venta de accesorios para celulares, peluquerías, centros de llamados y artículos chinos; mientras que más al sur, el rubro estuvo liderado por relojerías, joyerías, ropa y artículos para hombres y mujeres, peluquerías antiguas, ópticas, sastrerías, restaurantes y colaciones, chocolaterías, librerías, tiendas música, cines xxx y cafés con piernas. Otro de los rasgos distintivos del entorno fue que la mayor cantidad de lugares antiguos del comercio estuvieron concentrados en la zona norte del barrio (de Merced hacia arriba) y en las calles correspondientes al eje de Mac Iver, Bandera y New York.

En general, el paisaje urbano de esta zona es muy variado. Conviven desde inmuebles de la época de la colonia hasta edificaciones modernas de más de 20 pisos de altura destinados para el uso de oficinas y hogares. La presencia del parque Forestal y el cerro Santa Lucía, además le otorgan al lugar una cuota de naturaleza necesaria debido a la falta de espacios verdes. Finalmente, es un territorio que divide sus funciones entre lo residencial, laboral, comercial, cívico y recreacional, pues a pesar de mantener una gran cantidad de personas que viven en el lugar, la mayoría de estas pertenecen a una población que llega de paso por el barrio.

3.1.3. Definición de la materialización del proyecto

A) La fotografía como medio de rescate de la identidad

Se decidió hacer un registro fotográfico por los motivos que se explican a continuación.

Roland Barthes (1961) señala que la fotografía contiene 2 mensajes, un mensaje denotado que es la imitación de la realidad intencionada por el emisor y el mensaje connotado, que remite a una cierta parte de la sociedad que recibe el mensaje sea estético o ideológico. Entendemos entonces, que las imágenes son el punto de encuentro entre la intencionalidad del sujeto que las ha producido y la interpretación de quienes las contemplan. Por tanto, se afirma que no existen imágenes objetivas por naturaleza, pues la perspectiva de cada quien es la que genera sus significados. Esto quiere decir que la conceptualización fotográfica que hace el autor de su obra, queda supeditada a los códigos visuales que maneja el espectador, pues en este caso, las decisiones tomadas con respecto a la producción fotográfica del libro, serán pensadas en el usuario principal que se definió anteriormente. Se entiende entonces que las imágenes muestran una parte de la realidad, es decir, la perspectiva de quien se encuentra detrás del lente intentando capturar, no una visión general del mundo, sino más bien, un fragmento de ella, a lo que Barthes agrega que el mensaje de la fotografía, es la esencia en sí, lo real literal y que del objeto a su imagen existe una reducción: de proporción, de perspectiva y de color.

Por otro lado, la fotografía tiene la cualidad de formar una noción de ciertas cosas que ocurrieron en el pasado, por lo que el autor afirma que ésta nos hace creer en el pasado, ya que lo hace parecer tan seguro como el presente, es decir, “lo que se ve en el papel es tan seguro como lo que se toca” (Barthes, 1994, p.152). De esta forma, se quiere utilizar este recurso como una herramienta de registro, empleada para documentar el presente y así dar a conocer las formas y condiciones de vida que ha llevado el comercio de mayor tradición del barrio

histórico de Santiago, pues, lo que “la Fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la Fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente” (íbid. p.31).

¿Qué se quiere mostrar?

La identidad de los locales comerciales con mayor cantidad de años del Santiago histórico.

¿Qué llama la atención de estos lugares?

Lo que más llama la atención de estos lugares, es la resistencia que ejercen a pesar de coexistir en un escenario donde el comercio es cada vez más globalizado, impersonal y estandarizado. Por tanto, que aún permanezcan con vida tiendas del comercio que datan de la segunda mitad del siglo pasado, y que a su vez, a pesar de su antigüedad, aún sean competentes en el mercado y capaces de seguir subsistiendo ante los cambios que han debido enfrentar en su alrededor en cuanto al mundo moderno, parece una característica digna de resaltar.

¿Qué se va a fotografiar?

Las dependencias interiores y exteriores de los locales seleccionados, a los trabajadores del lugar, el proceso de desarrollo del oficio y sus relaciones humanas entre ellos y con los clientes, con el objetivo de mostrar la intimidad y la tradición que han guardado estos lugares por tantos años.

¿Cuál es el mensaje que se quiere transmitir?

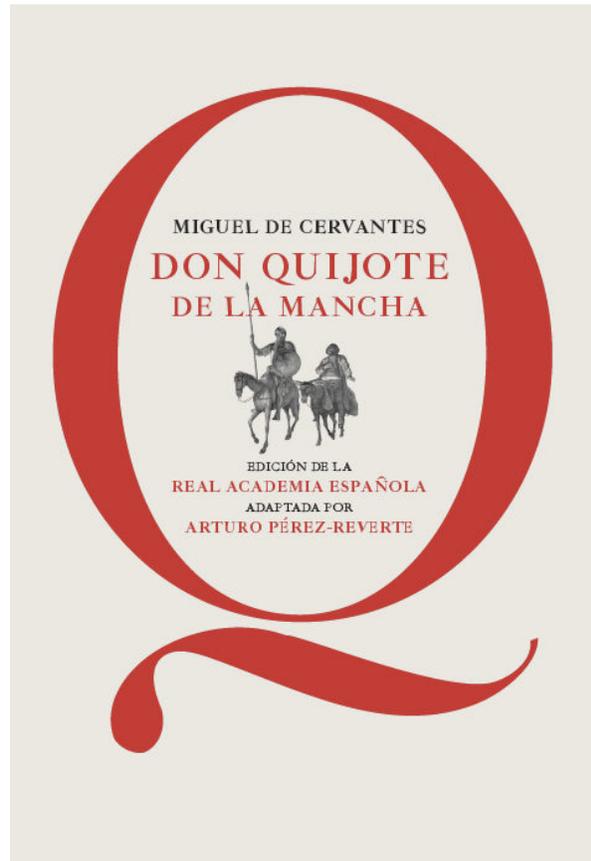
Apelar a la revalorización de la memoria, de la resistencia. Se quiere transmitir además los aspectos positivos de mantener ciertas tradiciones que se han ido perdiendo y lo nostálgico del pasado a través de los recuerdos y las experiencias.

B) Materialización del proyecto en un producto editorial

El proyecto se quiso materializar en una colección de libros, ya que este es considerado como la manera más óptima de plasmar y perpetuar la memoria de forma tangible. Por lo mismo, se optó por este soporte respecto a otros medios de comunicación, ya que el libro tiene la particularidad de ser un dispositivo duradero debido a su formato y sistema de encuadernación; por contar historias de un modo ordenado, con diferentes extensiones, de forma rápida y masiva; por proporcionar un tipo de interacción directa con los lectores al generar una experiencia de usabilidad manual; y por su capacidad de mantener la identidad de la obra, pues, es a partir de su textualidad que se da el tipo de materialidad, y les otorga una esencia propia a cada obra, la que los diferencia entre sí. Conjuntamente, se pretendió comunicar el concepto de “protección” por medio del material impreso, ya que se quiso rescatar una parte de la historia que se encuentra a punto de desaparecer del barrio más antiguo de la comuna de Santiago, a través del registro y resguardo de su imaginario oral y visual, para así poner a salvo el patrimonio que representan las tiendas comerciales con mayor cantidad de años en el sector.

Por el contrario, otros medios como los digitales (web o kindle) o exposiciones fotográficas, por un lado, se identifican por su carácter etéreo, al ser inmaterial el producto entregado; y por otro, efímero, pues se caracterizan por poseer la misma experiencia de uso, independiente del proyecto que sea, restándole identidad al producto.

Además, la idea de plantear una colección, hace alusión a la ruta que se estipuló en los objetivos, pues cada tomo representa una parada en cada hito del recorrido.



— Portada del libro “Don Quijote De La Mancha”, publicada su primera parte con el título de El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha a comienzos de 1605 y vigente hasta nuestros días.

3.1.4. Investigación documental en terreno

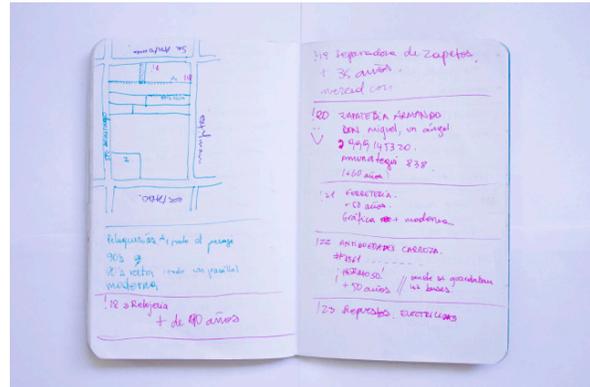
A) Planificación previa

Para dar inicio al proyecto, se comenzó con la primera parte de la investigación documental en terreno. Este tuvo una duración de 30 días aproximadamente durante el mes de Mayo del 2016 y la recopilación de la información se extrajo a partir de un acercamiento cualitativo con observación participante y entrevistas no estructuradas, puesto que, al no existir un registro previo que agrupara los locales comerciales más antiguos de Santiago centro, fue necesario generar desde cero esta información para desarrollar una ruta con todos los lugares que reunían esta característica y que pertenecían al sector.

Para esto, fue necesario planificar con un par de días de antelación de qué manera iba a ser abordado el recorrido, por lo cual se imprimió desde la plataforma Google Maps un mapa del sector y a partir del diseño urbano de la zona, conocido como plano damero (tablero de ajedrez), se decidió realizar esta ruta a pie comenzando por las calles paralelas a la alameda para luego continuar por las que están en sentido perpendicular a esta, con el fin de optimizar el tiempo de viaje para no pasar por las mismas calles más de una vez.

B) Safari Urbano : Pesquisa, preselección y selección final de los locales comerciales a trabajar

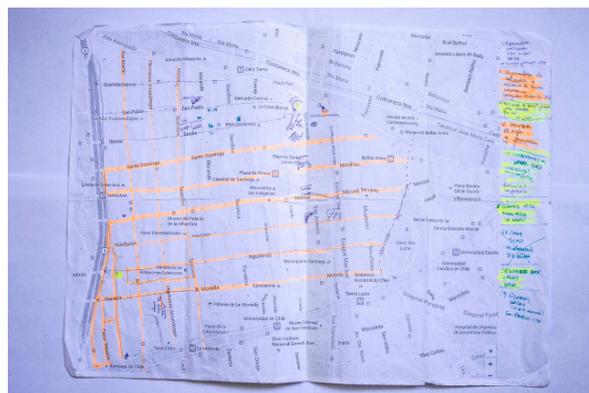
Esta fase consistió en caminatas llevadas a cabo intermitentemente durante los días en que el comercio permanece abierto en esta zona (de lunes a viernes de 10 am. hasta las 19.00 hrs. y los sábados de 10 am. hasta las 14.00 hrs.), en donde en un día de viaje se alcanzaba a visitar la longitud completa (de oriente a poniente o de norte a sur) de 2 a 3 calles por ambas veredas. Este período tuvo una duración de 7 días hábiles, en donde el enfoque estuvo en caminar por las calles de Santiago centro buscando los locales antiguos que aún se mantienen vigentes en el barrio, apuntarlos en el mapa y en la bitácora de apuntes con el nombre del negocio, la cantidad de años que tenía y el rubro al que se dedicaba.



— Libreta de apuntes del recorrido.



— Mapa del recorrido y de algunos locales encontrados.



· **Primeros criterios de selección**

- Disposición a participar del proyecto.
- Visualidad del entorno: conservación antigua de la fachada, la vitrina e interiores.
- Pertenecer a un rubro en particular.
- Años de existencia: Deben tener más de 20 años de existencia.
- Pueden estar emplazados en calles o galerías.

La estructura comercial del barrio es sectorizada, por lo mismo, hubo calles de fácil y rápido recorrido en donde no hubo mucho que registrar, sin embargo, otras se encontraban recargadas de actividad comercial de diferentes rubros en donde se invirtió mayor cantidad de tiempo en examinar el entorno, más aún en aquellas que albergaban la presencia de variadas galerías, algunas con subterráneos y otras en forma de caracol o pasajes, pues en estas se desplegó más suelo por recorrer y mayor cantidad de locales que observar.

Con respecto a los aspectos negativos del proceso, destaca el diseño del plano de diversas galerías comerciales, puesto que, por su compleja morfología dificultaron el camino al desorientar el recorrido en reiteradas ocasiones al tomar la ruta equivocada. Además, la negativa de todos los guardias de seguridad de las galerías comerciales ante la idea de fotografiar las tiendas que se ubicaban en su interior, sumado a la negativa de algunos locatarios para colaborar con el registro de sus fachadas o negarse a responder el año de inicio de su negocio, obstaculizaron su óptima exploración. Además, el ornamento de algunos inmuebles provocaron confusión al no poder percibir a simple vista la época en la que se iniciaron. Esto se expresó cuando el decorado del local había sido remodelado y no permitía ver la cantidad de años que estos llevaban, o por el contrario, la imagen anticuada de algunas tiendas hacían pensar que el lugar tenía más años del que presumían.

Por otro lado, las características que facilitaron este proceso, se debieron al plano del barrio que favoreció el rápido recorrido del territorio al no presentar un plano complejo, a la cantidad de locales de gran tradición que aún se mantienen funcionando en el sector, a su fácil acceso, puesto que sus fachadas dan hacia las veredas y no se encuentran ocultos y a la buena disposición para colaborar con el proyecto de la mayoría de los dueños y trabajadores de estos lugares, quienes al principio se mostraban escépticos a la idea de participar, sin embargo, luego de explicarles detalladamente en que consistía, cambiaban de parecer y se mostraban dispuestos a ayudar con gusto.

HISTÓRICO CENTRO

Nº	Rubro	Nombre		Años
1	Peluquería	Ravanal	Huérfanos 1349	50
2	Lava seco	-	Galería Bandera Nº 12	60
3	Peluquería	Morandé	Morandé 759	105
4	Peluquería	Ibarra's	Subterráneo Galería 7	42
5	Reparadora de calzado	Central	Pasaje Bombero Adolfo Ossa 1047	-
6	Calzados medida	Pepay	Tenderini 71	60
7	Café	Colonia	Mac Iver161	65
8	Lava seco	Wellington	Mac Iver 171	60
9	Industria Nacional de Calcetines	Industria nacional de calcetines	Mac Iver 286	60
10	Sastrería	Crieste	Galería de la Merced, Huérfanos 635	40
11	Juguetería y revistas de colección	West Coast, Motion Picture	Mac Iver	30
12	Cordonería	Dablé y CIA.	Portal de las carteras	60
13	Telas	Casa Olivari	Catedral #1131	60
14	Empaste	Ibieta	Catedral 1503	60
15	Bar	La Unión	New York 11	-
16	Florería	Jardín Souvenir	New York 57	50
17	Cerrajería	Tío Vitiolo	Esquina sur poniente de la Plaza de Armas	50
19	Lava seco	Verdi	Santo Domingo 974	-
20	Calzado	Rody	Santo Domingo 955	60
21	Calzado	La giralda	Santo Domingo (al lado de la anterior)	44
22	Relojería y joyería	Real	Ahumada 312 (Galería Edwards, local 38)	40
23	Reparadora de zapatos	-	Bellas artes	35
24	Zapatería	Armando	Amunategui 838	60
25	Ferretería	-	Amunategui 1070	50
26	Antigüedades	Carroza	Mapocho1561	50
28	Peluquería	La peñita	Aillavilú 1099	90
29	Peluquería	Saez	General Mackenna Nº 1048	-
30	Sastrería	Marcelo y Mauricio Días	San Pablo 1145	50
32	Arreglo máquinas de cocer	Maco Chile	Rosas 1255	40
33	Motel	Rosas	Rosas 1251	-
34	Artículos de ballet y gimnasia	Casa Marcos	Diagonal Cervantes #774	90
35	Cordonería	Suez	Rosas 1184	90
36	Cierres	Pite	Rosas	40
37	Bar	Wonder Bar	Gral Mackenna 1176	191 0
38	Peluquería	Yamil	Galería 43	50
39	Artículos de plástico	La casa del hule	Puente 672	100
40	Confitería	Los Pokes	Compañía 1089	-
41	Sombrería	Donde golpea el monito	Veintiuno de Mayo 707	-
42	Peluquería	Señora simpatica	Subterráneo Galería 7	45
43	Peluquería	Donde gracias	Santo Domingo 1160	63
44	Motel	-	Cal y canto	-
45	Relojería	Eduardo Valenzuela	Huérfanos 713	45
46	Relojería y Joyería	Herrera	Monjitas 825, Local 512	50
47	Filatelia	El penique negro	Ahumada 312 (Galería Edwards)	61

· Preselección de los locales a trabajar

Posteriormente, luego del catastro de las tiendas, se hizo una selección de estas para acotar el universo bajo los siguientes parámetros:

Segundos criterios de selección:

- Tener más de 50 años de existencia.
- Estar ubicados hace más de 15 años en el mismo recinto.
- Conservar la ambientación antigua de la vitrina e interiores

En esta etapa, fue posible localizar cerca de 50 tiendas del comercio que aún se conservan operando luego de llevar más de 40 años de existencia. Tras un proceso de selección posterior, se reclutaron 28 lugares que reunieron los principales requisitos para participar de la publicación. Por tanto, en virtud del universo de locales seleccionados y el nivel de minuciosidad con el que se trabajará para el registro, no se pudo incluir a todos estos, acotando así la cantidad de lugares para llegar a registrar los más idóneos. Por lo mismo, se tomó la determinación de realizar una tercera clasificación para decidir cual de ellos presentaban las características adecuadas para integrar la convocatoria. Fue así como se conceptualizó esta segmentación apelando a poder distinguir ciertos lugares de otros más allá de sus cualidades intrínsecas.

Como se pretende caracterizar el proyecto a través de la representación de la continuidad y la diversidad de rubros, se eligió el local que tuvo mayor antigüedad entre aquellos que se dedicaban a la misma actividad para que no se repitieran en la ruta los mismos oficios. Además, la gente que frecuenta el centro de la capital, reconoce que existen lugares de larga tradición como Donde golpea el monito o La casa de Hule, entre otras,

por tanto, como hay algunas tiendas que gozan de una mayor popularidad, se decidió darle una oportunidad a los locales que se encontraban en el anonimato. Por consiguiente, también se consideró en esta selección aquellos establecimientos que estuvieran en directa vía de desaparición, es decir, aquellos que no seguirán perpetuándose en el tiempo por quedarse sin administración luego de que los actuales dueños se retiren del mercado.

Finalmente, de los locales que quedaron preseleccionados, hubo un elemento en particular que llamó la atención al diferenciar unos lugares de otros. Por consiguiente, esta particularidad que se repetía sólo en algunos locales, se tomó como factor definitivo en la selección final, y se determinó que estos debían dedicarse a un oficio en particular.

· Criterios de selección final para la elaboración las publicaciones:

- Diversidad de rubros (se elegirá el local que posea mayor antigüedad entre aquellos que poseen el mismo rubro para que no se repitan).
- Mayor anonimato (encuesta aplicada a los locatarios que eran entrevistados).
- Fecha de vencimiento.
- Que el rubro se dedique al desarrollo de algún oficio.

TABLA DE LOCALES SELECCIONADOS PARA INTEGRAR EL PROYECTO					
Nº	Lugar	Nombre	Dirección	Años	Disposición
1	Peluquería	Morandé	Morandé 759	105	☺
2	Reparadora de calzado	Armando	Amunátegui 840	50	☺
3	Cerrajería	Tío Vitiolo	Esquina sur poniente de la Plaza de Armas	50	☺
4	Empastes	Ibieta	Catedral 1503	60	☺
5	Sastrería	Crieste	Galería de la Merced, Huérfanos 635	60	☺
6	Relojería	Eduardo Valenzuela	Huérfanos 713	50	☺



— 1.Reparadora de calzados “Armando”.



— 2. Peluquería “Morandé”.



— 3. Cerrajería “Tío Vitiolo”



— 4. Empastes “Ibieta”



— 5. Relojería “Eduardo Valenzuela”



— 6. Sastrería “Crieste”.

C) Recopilación del imaginario oral de los lugares

Ya con los locales seleccionados, se trazó una ruta con estos ubicados en un nuevo mapa impreso para realizar nuevamente el recorrido por el barrio, pero esta vez con motivo de entrevistar a los locatarios acerca de la historia de sus tiendas de y sus experiencias personales para así poder comenzar a recopilar el material intangible. Para esto, previamente fue necesario redactar una entrevista, la cual se caracterizó por ser de carácter semi estructurada y respondió a los siguientes objetivos:

- Conocer la historia del local.
- Conocer aspectos del rubro.
- Conocer las apreciaciones personales de los dueños respecto a sus negocios de toda la vida.
- Entender como les ha afectado la modernización del comercio.

• Modelo de entrevista para locatarios

Nombre del dueño

Dirección exacta del local

Nombre del local

Año de apertura

1. Breve historia del local.

1.1 ¿Cuándo se inauguró este negocio?

1.2 ¿Cómo nació este lugar?

1.3 ¿Por qué escogió este rubro para emprender?

1.4 ¿Por qué escogió esta ubicación para el local?

1.5 ¿Por qué escogió este nombre para el local?

1.6 ¿Quiénes trabajan en el local?

2. Conocer aspectos del rubro

2.1 ¿Qué productos de ofrecen y cuáles son los que más se venden?

2.2 ¿Cuál es la relación que tienen los clientes con el local?

2.3 ¿Cómo ha cambiado el rubro con el transcurso de los años?

2.4 ¿Cuáles han sido los obstáculos más grandes que han debido enfrentar como negocio a lo largo de todos estos años?

2.5 ¿Qué aspectos distinguen su local del resto?

2.6 ¿De qué maneras le ha afectado al negocio la modernización del entorno comercial que lo rodea o de su propia competencia?

2.7 ¿Cuál considera que es la fórmula para mantener con vida un local como este con tantos años?

3. Conocer las apreciaciones personales de los dueños respecto a sus negocios de toda la vida.

3.1 ¿Qué es lo que más ha disfrutado de este oficio?

3.2 ¿Recuerda alguna anécdota que haya sucedido en este local que nos pueda contar?

3.3 ¿Cuáles son sus proyecciones a futuro con el local?

· Aplicación de entrevista

En general, la aplicación de las entrevistas fue por visitas improvisadas a los locales y otras por horas previamente acordadas con los dueños. La dinámica de aplicación fue variada, puesto que, como había que disponer del tiempo del dueño, que además era el maestro del local, no se quería interrumpir la rutina habitual de ventas, por lo tanto, hubo algunos diálogos en el mismo mostrador del lugar en donde se mezcló la conversación con la atención a los clientes, y hubo otros en oficinas pertenecientes a los mismos locales. Se buscó hacer un trabajo documental, por lo mismo, todas las entrevistas fueron registradas mediante grabaciones de audio y estuvieron planeadas para tener una duración de 30 min. aprox., sin embargo, ciertos entrevistados se tomaron más tiempo del estimado para dialogar tocando temas que no tenían que ver con las preguntas y otros utilizaron menos tiempo ya que sus respuestas fueron muy breves. Al respecto, fue de suma importancia involucrarse con las personas, puesto que por medio de las entrevistas, se lograba generar una ambiente distendido al conversar de manera coloquial con las personas y entablar confianza y espontaneidad, de manera tal de poder acceder a detalles y anécdotas más íntimas.

D) Conceptualización fotográfica: preparación teórica para las sesiones fotográficas

Por último, fue necesario transcribir las entrevistas de inmediato, ya que, fue necesario terminar este proceso para poder seguir avanzando con la siguiente etapa relacionada con las tomas fotográficas. Por tanto, a partir de las historias rescatadas, se pudo sacar información relevante para poder desarrollar una pauta que le diera sentido a lo que se iba a fotografiar más adelante, con el objetivo de relacionar de manera directa las imágenes del local con alguna anécdota del lugar y así elaborar un relato coherente entre discurso oral y gráfico.

· Retórica de la imagen

Se utilizó el recurso fotográfico como una herramienta de registro empleada para documentar una situación y poder perpetuarla en el tiempo. Se buscó que éste transcurriera de distintas maneras dentro de las imágenes y fuera de ellas, pues, la materialidad del libro se encargó de transmitir un discurso visual más vanguardista, mientras el registro testimonial gráfico y oral, aludió al rescate de la memoria. Asimismo, el concepto principal que se transmitió a través de las fotografías, estuvo relacionado con un ejercicio retrospectivo del entorno de los locales registrados, evocando una sensación de nostalgia al situar el foco principal del registro en la detención del tiempo que se logra captar dentro de los establecimientos.

Por consiguiente, para poder transmitir el testimonio gráfico, fue necesario generar una lentitud visual en la composición de las fotografías, mostrando mayor nivel de detalle en sus encuadres para poder plasmar una realidad sobrecargada de elementos. De esta forma, al exhibir mayor cantidad de objetos, el observador hará una lectura de las imágenes más detenida, lo cual generará un pausado ritmo visual. Esta intensión estuvo beneficiada además por la ornamentación de los locales registrados, en donde la disposición de sus espacios interiores se encontraron cargados de elementos decorativos como adornos, herramientas del oficio, productos o carteles.

· ¿Qué se quiso mostrar y con que objetivo?

La idea principal fue retratar los locales comerciales con mayor trayectoria, dedicados a un oficio en particular y que se encontraran bajo alguna amenaza para su permanencia a futuro. Así mismo, se retrataron mediante el registro de sus dependencias tanto exteriores como interiores, con la intensión de describir por medio de la fotografía, su entorno físico, desde lo más evidente a lo más particular.

hasta los detalles más ocultos que configuraban estos espacios. Además, se evidenció el proceso de trabajo de los oficios llevados a la práctica, en donde lo importante fue registrar a las personas desarrollando cada actividad, al conjunto de herramientas utilizadas para la labor, al espacio destinado para su desarrollo, llegando finalmente al producto terminado. En general, el contenido de las imágenes se capturó con el objetivo de rescatar la identidad visual de los locales, para proteger así su memoria y poner en valor el patrimonio cultural material que estos representan, con la intención de apelar a la revalorización de la trayectoria, la resistencia y la trascendencia que representa cada lugar.

• Relato fotográfico

La disposición y el orden de las fotografías se pensó como una sucesión de imágenes, que mediante un cierto orden, se encargaran de transmitir un relato al lector. Esta disposición se encargó de distinguir la narrativa según los diferentes lugares registrados, y de mantener una cierta continuidad temporal al relacionar las imágenes en función de su ubicación en la secuencia. Por esta razón, se desarrolló una historia que surgiera de la interacción entre las imágenes al ser capaces de conjugarse unas con otras, pudiendo transmitir a su vez un significado en conjunto, no como fotografías aisladas, sino como unidades colectivas encargadas de contar un relato.

Fue así como la lógica de su orden se dispuso de acuerdo al relato oral de los lugares, es decir, dependiendo de la narración que se iba contando de cada local, se complementaba con una foto que aludiera a lo que se señalaba. Sin embargo, el inicio del relato se caracterizó por disponer primero las imágenes que presentaban al lugar, siguiendo con los retratos de sus dueños o maestros, para luego seguir con fotos que expusieran el desarrollo del oficio y los detalles de cada lugar, con el fin de poder llegar a descubrir la intimidad de cada local.

• Color

Como primer aspecto, se trató la fotografía en colores para agregarle un valor expresivo a la imagen. Esto pensado para favorecer el proceso de decodificación de la imagen, al otorgarle un componente más al lenguaje visual utilizado, pues este contribuyó para poder expresar ciertas sensaciones que provocaron los componentes del entorno de cada local, logrando revelar aspectos propios de su historia y de sus prácticas. Además, como el lenguaje de las imágenes se conformó en base a sutiles elementos visuales que demostraron la nostalgia producida por el inminente paso del tiempo, se utilizó el color para resaltar la mayor cantidad de detalles capturados y para fomentar una lectura más dinámica al momento de recibir el mensaje transmitido, haciendo uso de la tonalidad como un rasgo que ayudó a destacar con mayor detalle la identidad visual de estos locales. Por tanto, fue necesario descartar el uso del tono sepia y blanco y negro, por representar recursos visuales que no evidencian la totalidad de la información del entorno.

• Luz

Desde un comienzo se planteó la idea de no intervenir en las locaciones, por lo tanto, al momento de sacar las tomas, se descartó el uso de elementos externos como flash o fuentes de luz adicionales a las que poseía el local, para respetar lo que más se pudiera la identidad del lugar y poder retratarla lo más fiel a la realidad. En general, estos locales no suelen abastecerse de luz natural, sino más bien de una luz artificial blanca.

• Objetivo/encuadre/plano/ángulo

Considerando lo expuesto anteriormente, se establecieron una serie de parámetros que condicionaron la intención del mensaje de cada imagen. Por tanto, para darle una estructura coherente al relato fotográfico, se sistematizaron algunas tomas de aquellos elementos que mantuvieron en común los establecimientos, como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA GUÍA PARA LAS TOMAS FOTOGRÁFICAS

Nº	Objetivo	Encuadre	Plano	Ángulo	Argumento
1	Tarjeta de presentación	Vertical	Primer plano	Cenital	Propósito: Mostrar un elemento gráfico representativo del lenguaje que utiliza el local para comunicarse con las personas. Encuadre: Se ajustó a la orientación de las tarjetas de presentación de cada local. Plano: Permitted incluir solamente la tarjeta sin necesidad de mostrar el alrededor por poner énfasis en el contenido gráfico del objeto. Ángulo: Permitted mostrar un objeto de manera frontal, para percibir mejor sus detalles.
2	Detalle del entorno del local	Vertical	Primer plano	-	Propósito: Se buscó diagramar el inicio del relato fotográfico mostrando un fragmento del local que dejara en evidencia su rubro, para generar una sensación de expectación en el observador. Encuadre: Se estableció este tipo de encuadre en función de una óptima diagramación en conjunto con parte del texto que lo antecede. Plano: Este plano se utilizó para introducir al espectador, permitiendo mostrar solo una parte del entorno del local para mantener un cierto misterio. Ángulo: Depende de las condiciones del lugar y las proporciones del objeto.
3	Puertas del local	Horizontal	Primer plano	Normal	Propósito: Mostrar por donde se debe ingresar al local. Encuadre: Respondió a la disposición de la imagen en función del relato fotográfico y de la usabilidad del libro. Plano: Se buscó mostrar las puertas del local, ubicando al centro sus manillas, pues así estas quedarían más cercanas al lector, simbolizando una invitación para ingresar al local. Ángulo: Se escogió este tipo de ángulo para mostrar el ingreso al local, simulando el mismo que se tiene al estar de manera presencial en el lugar.
4	Panorámica del interior del recinto	Horizontal	General	Normal	Propósito: Reconocer el espacio interior de los locales de manera completa y continua, haciendo alusión a la visión panorámica que se tiene del entorno cuando se visita el lugar presencialmente. Encuadre: Fue escogido para sacar el mayor provecho de información visual del entorno interior de las tiendas. Plano: Se buscó tener una visión de la realidad en 360°, lo cual es apto para capturar una imagen continua, mostrando una visión poco detallada del entorno, la primera impresión que se tiene al ingresar a cada local. Ángulo: Se escogió este tipo de ángulo para mostrar el interior de los locales sin otorgarle connotaciones al objeto fotografiado.
5	Presentación del maestro	Vertical	Primer plano	Normal	Propósito: Presentar al gestor del oficio, quien inició el negocio de toda una vida, con la intención de mostrarlo ocupado en su puesto de trabajo. Encuadre: Se usó este encuadre para producir una sensación de fuerza y solides. Plano: El primer plano permitió centrar la atención en el personaje, contextualizado en su entorno. Ángulo: Se escogió este tipo de ángulo para mostrar al maestro del oficio sin otorgarle ningún tipo de connotación.
6	Panorámica exterior	Horizontal	General	Contrapicado	Propósito: Mostrar la fachada del local y a su vez contextualizarla en el barrio. Encuadre: Es horizontal debido a que la imagen es una panorámica del lugar, pues así es posible incluir más información en la imagen. Plano: El plano es general para centrar la atención en la fachada del lugar, pero en contacto con su entorno. Ángulo: El ángulo se escogió para darle una sensación de grandeza al elemento fotografiado.
7	Ornamentación	Horizontal / Vertical	Primer plano/ Detalle	Normal/ cenital/ picado	Propósito: Retratar los objetos que llenan el espacio y que no tienen que ver con el rubro del oficio, sino más bien con aspectos de la vida personal de los dueños. Encuadre: Dependió de la posición en que estuvieron ubicados estos objetos en el lugar y de sus peculiares formas, pues así se pudo aprovechar mejor el espacio y los elementos que se quisieron mostrar. Plano: El plano general permitió mostrar al sujeto en contacto con los elementos del entorno que conforman el local y así poder contextualizarlo dentro de la imagen. Ángulo: Se vio condicionado por la disposición de estos objetos en el espacio, en relación a la posición en la que se encontró el fotógrafo. Sin embargo, se descartó el uso del contrapicado por darle un aire de superioridad al objetivo, puesto que no se pretendió restarle importancia al entorno humano, sino que se mostró un equilibrio entre ambas partes.
8	Gráfica del lugar	Horizontal / Vertical	Primer plano	Normal	Propósito: Retratar el lenguaje que utiliza el local para dialogar con los clientes, centrando el objetivo en retratar los elementos gráficos del local, como: precios, fotos, publicaciones, carteles, etc. Encuadre: El encuadre dependió de la posición en que estuvieron ubicados estos objetos en el entorno, pues se pudo tener mayor libertad para generar la narración fotográfica al diagramar las páginas de manera coherente. Plano: Permitted capturar el gesto de los elementos gráficos del local, su textura y su materialidad, siendo poco necesario incluir más información del entorno debido a que este ya estará retratado en otras tomas. Ángulo: Permitted observar los elementos gráficos retratados sin distorsiones, para apreciar de mejor manera la tipografía, las formas, colores y dibujos.
9	Clientes	Horizontal / Vertical	Medio/ Medio largo/Entero	Normal	Propósito: Mostrar el lado humano de los clientes al interactuar con el dueño del local. Encuadre y Plano: Dependió de la ubicación en donde se encontraban las personas. Ángulo: Se escogió este tipo de ángulo para mostrar al capital humano que circula por el local, sin otorgarle ningún tipo de connotación a las personas.
10	Oficio en la práctica	Horizontal + vertical	-	-	Propósito: Mostrar la experticia que aún conservan personas que se han dedicado por años a desarrollar la misma actividad, exhibiendo parte del proceso que oculta un oficio determinado. Encuadre: Se ajustó a las condiciones de la locación, ubicación del maestro en el espacio y la disposición del fotógrafo. Plano: Se tomó completa libertad para utilizar todos los planos de manera espontánea, debido a las condiciones de la locación, a la ubicación del maestro y del fotógrafo en el espacio. Ángulo: Se tomó completa libertad para utilizar todos los ángulos de manera espontánea, debido a las condiciones de la locación, a la ubicación del maestro y del fotógrafo en el espacio.
11	Herramientas del oficio	Horizontal + vertical	Primer plano/ Detalle	Normal/ cenital/ picado	Propósito: Retratar los objetos que son fundamentales para que se lleve a cabo el oficio. Encuadre: Dependió de las formas de estos objetos y de su posición en el lugar. Plano: Permitted realzar los detalles de estos objetos, poniéndolos como elemento principal de la fotografía. Ángulo: Se vio condicionado por la ubicación de estos objetos en relación a la del fotógrafo. Sin embargo, se descartó el uso del contrapicado por darle un aire de superioridad al objetivo, puesto que no se pretendió restarle importancia al entorno humano, sino que se mostró un equilibrio entre ambas partes.
12	Ocio	Horizontal + vertical			Propósito: Mostrar diferentes facetas del trabajador, no tan sólo trabajando, sino que también revelar que hace en sus tiempos libres. Encuadre, Ángulo y Plano: Dependerá de las acciones que estén desarrollando las personas en el momento de la captura fotográfica y en el lugar donde se encuentren.

E) Generación del material gráfico: experiencia del registro fotográfico

Posterior a la aplicación de las entrevistas, se llevó a cabo el proceso fotográfico. Es necesario especificar, que para esta etapa, se recibió el apoyo de un cineasta dedicado a la fotografía, el que se dedicó a realizar las tomas, en base a al guión previo realizado (tabla anterior) para entender las pautas a la que se debía remitir. Esta normalización se estipuló en la tabla anterior llamada guía para las tomas fotográficas. Este proceso fue de acuerdo previo con los dueños de cada local, solicitando diferentes sesiones fotográficas que se llevó a cabo durante sus jornadas hábiles, fijando una fecha determinada y un horario que mejor les acomodara, pues no se quería importunar la dinámica cotidiana del local ni incomodar a los clientes.

Las locaciones fueron las mismas dependencias de cada tienda, por ende, cada una presentó variadas formas de espacios interiores y hubo que acomodarse a las particulares condiciones de cada una en cuanto al tamaño y a las fuentes de luz. Sin embargo, la mayoría se caracterizó por tener en común espacios poco iluminados, con una baja intensidad lumínica tanto artificial como natural, las cuales le otorgaron una sensación de frialdad al ambiente. La luz artificial era blanca, ya que provenía de tubos alógenos, y la luz natural estaba condicionada por la ubicación geográfica de cada establecimiento. Este último aspecto fue de suma importancia al momento de fotografiar, puesto que, dependiendo de donde estuvieran emplazados los establecimientos, condicionaba la cantidad de luz que les llegaba con respecto a los puntos cardinales y a la posición del sol. Además, como estos se encontraban en medio de la ciudad, estaban rodeados de altos edificios que les tapaban la luz natural o la reflejaban como un efecto rebote que los iluminaba más a ciertas horas. También fue importante llevar a cabo este proceso durante los meses posteriores al período de invierno, con el fin de poder aprovechar la luz natural, que si bien es cierto, no era mucha, aportó de igual manera en las tomas.

Por otro lado, como se respetó la tradición que estos lugares representan, no se intervino el espacio para dejar que las fotografías fueran un reflejo fiel de la realidad para así mostrar su identidad capturando lo más auténtico de su entorno. De esta forma, sólo se pretendió elevar la categoría del objeto fotografiado, intensificando su valor según los conceptos que se quisieron transmitir. El registro del espacio se hizo de manera fiel a la forma en que sus dueños dispusieron el inmobiliario y la ornamentación, ya que así fue posible exhibir un reflejo de lo que ha existido por tanto tiempo, como una huella del pasado que aún se mantiene con vida. Se usaron los siguientes lentes para el registro:

Para el retrato y detalles, se usó un canon 50 mm f.1,8 y un zenit 58 mm f 2.0. Estos lentes al ser luminosos, permitieron trabajar con condiciones de luz bajas (que es el caso de la imprenta, la zapatería y en ciertos sectores de la peluquería). Además, debido a su apertura de diafragma, permitió separar al sujeto del fondo, dirigiendo la atención hacia un objeto o situación precisa. Por lo mismo, en estas tomas se empleó un iso no superior a 800, manteniendo una imagen libre de grano, que busca retratar la textura de los espacios y objetos. Por otro lado, se usó un lente canon 18 mm f. 3,5 para registrar planos generales. La posibilidad de tener imágenes mas amplias, pero que a su vez mantuvieran una imagen con los fondos a foco, permite al espectador entender el contexto completo del objeto/persona retratada. Para estas imágenes se empleó desde un iso 200 para exteriores hasta un 1,400 en interiores. Finalmente se ocupó un lente 70-200 f.5.6, que si bien es mas oscuro, permitió llegar a objetos de lejano acceso. Este lente se usó solo un par de veces, ya que los espacios que se retrataron eran pequeños, o a lo menos, abarcables con los otros tipos de lentes.

Además, el registro de los locales de la peluquería y la reparadora de zapatos, tuvieron características similares, pues, este se llevó a cabo en diferentes sesiones que permitieron retratar tanto su entorno material como su ambiente humano. Cada visita tenía distinta duración, dependiendo de lo que se requería, de la cantidad de clientela que tenía el lugar y del tiempo que disponían los trabajadores

para atender nuestras demandas. Este proceso se extendió durante meses, en donde al principio las sesiones eran más frecuentes y tenían mayor duración, pues se iba de dos a tres veces a la semana y se estaba toda la jornada laboral en el lugar. Esta etapa sirvió para generar lazos con las personas, para así poder capturar la intimidad del entorno, incorporando historias y anécdotas que se fueron recopilando para el proyecto en conversaciones informales con ellos, los que con el paso del tiempo iban depositando más confianza. Más adelante, de acuerdo al avance fotográfico que se iba teniendo, las visitas se fueron reduciendo, al igual que su duración y ya sólo se frecuentaba el lugar con un propósito claro que era obtener las tomas específicas que se necesitaban. A continuación, se detalla la descripción del proceso de cada lugar en particular:

a) Cerrajería Tío Vitiolo

Si bien es cierto, no se materializó el tomo correspondiente a este local, pero si se llevaron a cabo al menos 3 sesiones fotográficas. Aquí se dio la experiencia que más se diferenció del resto, ya que se tuvieron que acomodar las sesiones a un espacio muy limitado, por tener que registrar un

kiosco ubicado en la esquina sur poniente de la Plaza de Armas. A causa de esta característica, el lugar era muy iluminado a toda hora del día, sin embargo, le llegaba luz natural directa durante la tarde, por lo que fue necesario realizar las visitas durante las mañanas. Por lo mismo, predominaron colores cálidos como amarillos y anaranjados. Por otro lado, por lo reducido del lugar, fue complicado obtener las tomas panorámicas o los primeros planos de los elementos que se encontraban dentro, pues, se interrumpía la dinámica de trabajo al tener que pedirle a la dueña que se escondiera o que saliera de su puesto de trabajo para poder ingresar a la caseta. Además, se caracterizaba por poseer pocos elementos decorativos y herramientas del oficio, pues no había lugar para dejarlos. Y respecto al registro de la interacción con los clientes, fue también complicado por la ubicación del maestro trabajando, sus máquinas, la ubicación del público en el exterior y del fotógrafo que no podía ingresar dentro del recinto.



— Imagen de la señora Susana, dueña del local, posando junto a nosotros con su hija y ayudante.



— Registro de la entrevista al señor Miguel, dueño de la reparadora de calzados.

b) Reparadora de calzado Armando

Este local tuvo la particularidad de que cerraba a las 3 de la tarde, por lo que las sesiones fueron desarrolladas durante la mañana. El espacio de aquí se caracterizaba por estar muy deteriorado y por ser muy reducido, por lo que todos los objetos se encontraban apilados, provocando una sensación caótica al observar la ornamentación. Además, es un inmueble que se encuentra ubicado en la vereda poniente de la calle Amunátegui, por lo que las sesiones eran más provechosas antes del medio día, ya que así se podía sacar mayor partido de la cantidad de luz natural. Sin embargo, a pesar de estas características, debido a su morfología, el lugar se abastecía solamente de luz artificial, pues la luz natural no era capaz de penetrar en el recinto. Por lo mismo, en los días nublados había que calibrar la cámara para que la escases de luz no fuera un impedimento para lograr capturar su interior. Por



consiguiente, predominaron colores como azules y verdes oscuros. Su fachada por lo demás, fue retratada durante la tarde sin mayores problemas de vehículos que entorpecieran el proceso.

Aquí la dinámica de trabajo era relajada, no había mucha clientela, por lo que facilitó el proceso fotográfico al no incomodar dentro del pequeño local. Por otro lado, como el taller de reparación se encontraba en el mismo lugar, facilitó el registro del oficio ya que se pudo retratar varios procesos de trabajo en diferentes calzados.

c) Peluquería Morandé

En este local fue posible comenzar las sesiones permaneciendo al principio en el recinto durante la jornada completa, lo cual fue provechoso para entender ciertas particularidades que tenía el local en comparación con el resto. Al respecto, fue posible analizar que durante la mañana, la luz que se tenía era muy baja, debido a la ubicación de la

peluquería (vereda oriente de la calle Morandé), por lo que las sesiones interiores eran más provechosas durante la tarde, al entrar luz natural directa. No así su fachada, la que fue necesario fotografiar durante la mañana para no tener el reflejo del sol directo y un día sábado para que el flujo vehicular no entorpeciera la toma y se pudiera captar la panorámica exterior de manera óptima. Además, se pudo interactuar con algunos clientes por su buena disposición a participar en las tomas y así se captó con mayor detalle el oficio que se desarrollaba en el lugar. El flujo de público era más bien relativo, por lo que no interfirió en el proceso. Este local se caracterizó también por ser un espacio muy amplio, abierto, ordenado, con predominancia de colores blancos y grises y por estar rodeado de espejos, lo cual fue una limitante al tener que adoptar una posición estratégica para que el fotógrafo no saliera en las tomas, sin embargo, sirvió como un recurso para jugar con el reflejo de los objetos en las imágenes.



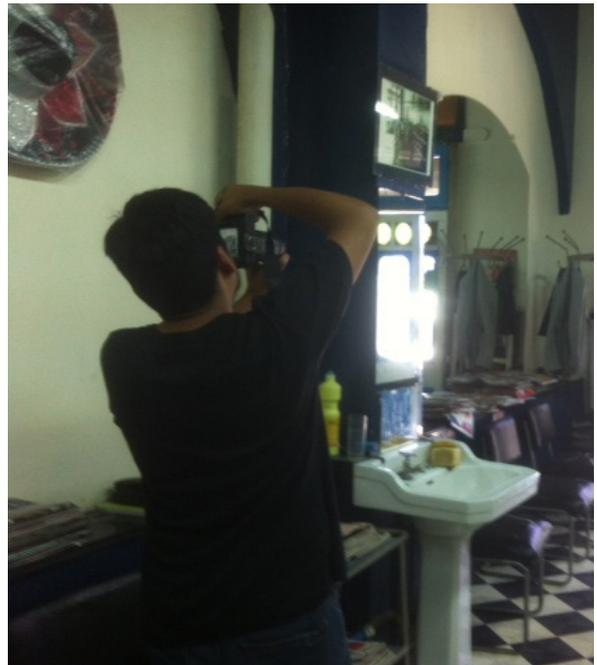
— Imagen del registro del proceso.



— Imagen de don Alforzo y su compañero Jorge, mientras se preparaban para posar para sus retratos.

d) Empastes Ibieta

Este local se visitó un par de veces, con el objetivo de conocer el entorno y abrir el canal comunicativo con sus trabajadores. Estas sesiones, a pesar de no haber sido tan reiteradas ni extensas, permitieron observar que nunca le llegaba luz natural en todo el día, sino que percibía sólo unos rebotes de luz que pegaban en el edificio de la calle de al frente, lo cual permitía la entrada de una baja porción de luz exterior que iluminaba el oscuro lugar durante las tardes. Además, el interior era muy espacioso, predominaba el color amarillo y café, por lo que la percepción del lugar era más bien lúgubre. La única complicación que se presentó fue que durante toda la jornada laboral los maestros debían trabajar arduamente por la cantidad de encargos que tenían, por lo que no disponían de tiempo para asistir completamente a nuestras demandas del proceso de fotografiado del lugar y del oficio.



— Proceso fotográfico de la peluquería.

e) Relojería Eduardo Valenzuela y Sastrería Crieste

Ambos locales se encontraban dentro de galerías, por lo cual, además de representar espacios pequeños, sólo se abastecían de luz artificial. El registro por estos lugares fue breve, de una sesión, sólo para tener nociones de los lugares y para presentar el proyecto con sus dueños.

Finalmente, para efectos prácticos del desarrollo del proyecto de título, se decidió materializar la colección Histórico Centro en dos tomos como propuesta, dejando el resto de los volúmenes para su realización posterior. Se tomó esta determinación en virtud del tiempo que se disponía para presentar, ya que la elaboración de cada ejemplar empleaba por lo menos 8 semanas de trabajo, lo que representó un impedimento para materializar todos los locales con sus respectivos ejemplares. Por lo mismo, luego de la visita a los 6 lugares seleccionados para integrar el proyecto, fue necesario escoger sólo dos locales para presentar en primera instancia, entendiendo que para el desarrollo del proyecto global, el resto de lugares se llevaría a cabo más adelante. Los criterios de selección que se usaron, estuvieron relacionados directamente con el riesgos de desaparición que amenaza a estos locales y su

trayectoria. Por consiguiente, después de analizar estos factores en las tiendas seleccionadas, se concluyó que la reparadora de calzado se encontraba bajo una amenaza más latente de extinción, debido al cierre de sus puertas por motivos personales de su dueño. Y finalmente, se seleccionó la peluquería por representar el establecimiento más antiguo (105 años aprox.).

El nombre de la colección, “Histórico Centro”, nació a raíz del espacio geográfico en donde se desarrolló la ruta. Con esto, se buscó hacer alusión al término coloquial “Santiago centro”, para familiarizar al lector con las publicaciones, generando un juego de palabras con la expresión “casco histórico”, nombre con el que también se le conoce al barrio, entre cruzando los términos para adoptar un nombre corto, de fácil recordación, que insinuara pequeños guiños del barrio, para que los lectores pudieran sentirse identificados. Finalmente, se concluyó que cada tomo se nombraría de la misma manera que el local a retratar, anteponiendo el nombre de la tienda y luego el rubro del oficio. Ejemplos: Armando. Reparadora de calzados; Morandé. Peluquería; Tío Vitiolo. Cerrajería; Ibieta. Empastes y encuadernaciones; Eduardo Valenzuela. Relojería; Crieste. Sastrería.



— Sesión de fotos junto a don Eduardo en su relojería.

3.2 Proceso de desarrollo y criterios de diseño

3.2.1 Conceptualización general de las publicaciones

Para comenzar a darle forma a los libros, se tomaron las ideas principales de su descripción general y a raíz de estas, derivaron otros criterios que permitieron conceptualizar las decisiones de diseño que se tomaron para su desarrollo, formando la estética de la colección. En la siguiente tabla se muestra un listado de conceptos iniciales a transmitir, de los cuales se seleccionaron los más relevantes para darle forma al proyecto.

CONCEPTUALIZACIÓN	
Concepto general (descripción)	Conceptos asociados
Rescate	Salvar
	Proteger
	Valorización
Patrimonio	Propio
	Común (de todos)
	Bienes
	Herencia
	Pertenencia
	Tesoro
	Relato
	Testimonio
	Huella
	Vestigio
	Memoria
Recuerdo	
Comercio	Intercambio
	Reciprocidad
	Acuerdo
	Trato
	Transacción
	Proximidad
	Relación
	Intimidad
Tradición	Historia
	Pasado
	Antiguo
	Transmisión
	Conservación
	Idiosincrasia
Santiago Centro	Barrio
	Recorrido
	Circulación
	Pasado y presente
	Mixtura cultural
	Mixtura social
	En transformación
	Arquitectura
	Historia
	Comercio
Vigente	Permanencia
	Actual
	Conservación
	Vivo
	Persistencia

Ya con esta lista acabada, se escogieron los términos: tradición, memoria, intimidad, recorrido y protección, como los conceptos principales que debían transmitir los libros al estar estrechamente relacionados con la temática de su contenido.

Como primer concepto surge “tradición”, el cual se relaciona directamente con la característica principal que tienen en común todos los locales escogidos para integrar la colección, representando la parte del mercado con mayor cantidad de años del centro de la comuna de Santiago. Por lo mismo, se considera primordial respetar este aspecto debido a que se desea valorizar la resistencia que representa esta parte del comercio ante la modernización del rubro, puesto que se considera un tremendo logro haber mantenido un negocio competente en el mercado hasta nuestros días, sin la necesidad de haber modificado su espacio para ajustarse a los requerimientos de ventas que se requieren actualmente. Es un concepto que alude también a la acción de recordar, de poder desentrañar los relatos que se encuentran atesorados sólo por aquellos que la vivieron como protagonistas, realizando además un reconocimiento del entorno físico considerado como el escenario en donde se desarrollaron estas anécdotas.

Como segundo concepto se propone “intimidad”, el cual alude primeramente a la cercanía que se ha generado entre los consumidores y comerciantes que son parte de este contexto, pues el comercio minorista ha permitido desarrollar relaciones que han trascendido más allá de la acción de compra y venta, es decir, a través de una atención mayormente personalizada, se han forjado lazos humanos entre los trabajadores, dueños de los establecimientos y sus clientes, característica que debido a los procesos

de marketing recientes, no se da en la actualidad. Por otro lado, también se quiere apuntar a la confianza que nos entregan los mismos locatarios, al además de invitarnos a conocer los recónditos espacios que le dan vida a las dependencias de sus inmuebles, nos ofrecen conocer una parte personal de sus vidas al compartir un fragmento de la historia que los identifica, entregándonos uno de sus lados más propios e íntimos.

El “recorrido” también representa un concepto fundamental a la hora de fijar las principales pautas del proyecto, ya que este formó parte importante del proceso para generar el contenido del libro posteriormente. Para poder hallar los locales comerciales más antiguos, primero fue necesario delimitar un territorio, luego trazar un camino que permitiera ir descubriendo estos lugares y finalmente desarrollar una ruta patrimonial que incluyera particularmente estos hitos. Por tanto, la idea fue intentar imitar este recorrido que se realizó caminando directamente por las calles del barrio y plasmarlo en la publicación de manera tal de poder evidenciarlo a través de la interacción que el lector mantiene al momento de hojear el libro, como si estuvieran dentro del local recorriéndolo.

El último concepto que se deseó transmitir fue “vigencia”, ya que la idea de retratar lugares que ya no se encuentran en su época de apogeo y han logrado sobrevivido aún así, es querer reflejar que son espacios que, a pesar de sus anonimatos, aún se encuentran vivos logrando permanecer hasta una época que pareciera no es a la que pertenecen, pero que sin duda forman parte de ella, brindando servicios que aún son demandados por una parte de la sociedad.

— Síntesis conceptual para la materialización editorial del proyecto.

TABLA DE CONCEPTOS Y SUS VISUALIZACIONES GRÁFICAS

Concepto	Abstracción	Diagramación	Formato	Papel	Letra	Color	Imagen	Encuadernación
Tradición	Longevidad	- Un párrafo ancho o dos - Disposición de las imágenes tipo álbum fotográfico antiguo	<i>Tipo almanaque o enciclopedia</i> - Grande <i>Tipo álbum fotográfico antiguo</i> - Apaisado	<i>Tipo enciclopedia o diario</i> - Bond - Roneo - Opaco - Gastado	Tipografía con serif: Caramond, Baskerville, Caslon	<i>Deseñidos</i> - Ahuesado - Ocre - Café claro	<i>Color:</i> - Blanco y negro - Sepia <i>Motivo:</i> - Espacio físico	- Tradicional con tapa dura - Folia
Intimidad	Círculo	- Párrafos condensados	- Pequeño - Tipo álbum fotográfico - Tipo postales	<i>Tipo libreta, diario de vida o cuaderno personal</i> - Opaco	- Rotulación - Caligrafía - Itálica - Pequeña	<i>Tonos que asemejen el calor humano:</i> - Amarillo - Anaranjado - Rojizo	<i>Motivo:</i> - Espacio humano del lugar	- Hot melt con tapa dura
Recorrido	Línea abierta	- Párrafos condensados - División de la página en pequeños párrafos (3 o 4)	<i>Tipo guía turística:</i> - Desplegable - Pequeño	- Opacos (para que no se pierda la legibilidad del impreso por el contraste entre el brillo del papel y la luz natural) - Papeles brillantes y opacos - Con diferentes texturas y	- Sans serif Gill Sans, Helvética, Univers, frutiger	- Variados (estos representan distintos ítems en la simbología de guías y mapas)	- A todo color <i>Motivo:</i> - Espacio físico	- Hot melt con tapa blanda (transportable)
Vigencia		- Párrafos no muy extensos hacia los lados, que dejan amplios espacios para no cansar al lector.	- Pequeño, cómodo para ser transportado.		Sans serif: Gill Sans, Helvética, Univers, frutiger	- Blancos	A todo color	- Hot melt con tapa dura

3.2.2 Criterios de diseño

El diseño editorial del libro estuvo orientado en base al paso del tiempo y a la evolución cultural que ha sostenido el centro histórico de Santiago. Por un lado, la retórica fotográfica y oral aludió al pasado y las decisiones de formato que se basaron en aspectos actuales de edición. Por consiguiente, estas últimas fueron concebidas con el objetivo de conservar la relación entre el ayer y el hoy, en virtud de los oficios que han trascendido hasta nuestros días y que han llegado a formar parte de la configuración actual del entorno del barrio. De esta forma, se hizo referencia a la relación que se ha establecido entre los locales comerciales dedicados a un oficio en particular, que representan lo nostálgico por poseer más de 50 años de trayectoria.

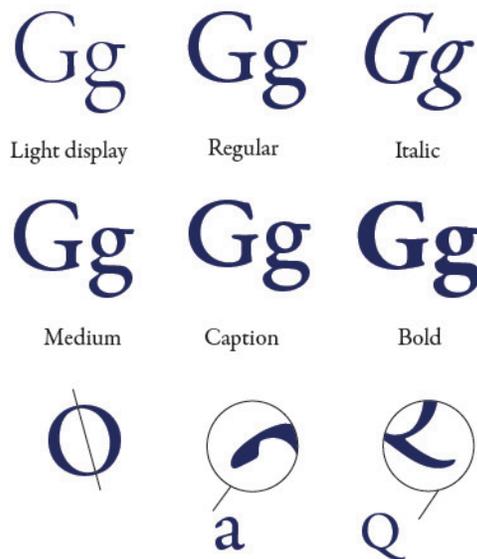
B) Tipografía

Con la elección de la familia tipográfica Garamond Premier Pro, se vinculó el testimonio oral con el rescate del pasado, optando por una fuente romana antigua de tipo garalda, ya que además de cargar con el peso de la tradición, transmite mayor empatía por estar inspirada en el gesto caligráfico.

Las tipografías garaldas tienen en general proporciones más finas que las humanísticas mediante un contraste más fuerte entre trazos gruesos y delgados, acentuando su desigualdad de espesor dentro de una misma letra, su peso está distribuido de acuerdo a un eje oblicuo y posee serifas triangulares. La fuente Garamond Premier Pro, se caracteriza por tener ligaduras, variantes de estilo y versalitas. Está compuesta por cinco variedades de pesos ópticos (caption, subhead, text y display) y cinco pesos diferentes (light, regular, médium, semibold y bold), con los que se permite generar diferentes contrastes y jerarquías visuales dentro del texto.

A) Materialidad

Se escogió el tipo de papel aludiendo al concepto de dinamismo, puesto que el soporte de la publicación no debía retardar la velocidad de lectura. Por lo tanto, se utilizó el papel Starwhite por su suave textura y opacidad para así no perder legibilidad al contrastar su brillo con diferentes fuentes de luz; su color sirius, le da mayor limpieza a las páginas y se encarga de conservar los colores de las fotografías; y su gramaje de 104g permite que las imágenes no se trasluzcan, siendo adecuado para resistir la manipulación al momento de ser doblado constantemente.



— Síntesis conceptual y su materialización.

C) Orientación

Se optó por una orientación vertical, ya que la interacción que mantiene el observador con el libro abierto no requiere de su apoyo en un soporte rígido, pues, tras hacer uso de las propias manos para manipularlo se transmitió comodidad e intimidad al lector. Por lo mismo, se descartó la orientación apaisada, debido a que sus dimensiones no favorecían la manipulación de la obra por disponer su contenido de manera alargada en sentido horizontal, restándole la atmósfera de proximidad que se quiso forjar entre libro y lector. Por otro lado, como se pretendió evocar tradición, se rechazó el formato cuadrado, ya que este se suele relacionar con dimensiones fotográficas más contemporáneas como el de las cámaras Polaroid o el utilizado por la red social Instagram.

Conjuntamente, para escoger el tamaño definitivo, se evaluaron dos formatos diferentes que estuvieron pensados en función de optimizar los recursos y así no desechar exceso de material y aprovechar al máximo la superficie del papel. Estas medidas de prueba se ajustaron a las del pliego de 58,4x88,9xcm., considerando el sentido en que están dispuestas las fibras del papel, pues estas debieron ir paralelas al lomo del libro para que este no tuviera complicaciones al ser observado, no se deformara al cerrarlo y no perdiera rápidamente su buen aspecto.

Se estimó la medida 13,5 cm. de ancho de página como un tamaño fijo que aprovechó al máximo la superficie del pliego de papel, facilitó un cómodo uso del libro abierto al tener 27 cm. de extensión y permitió además advertir los detalles del trabajo fotográfico. Se determinó que 19,5 cm. de largo era un tamaño adecuado en proporción con el ancho

escogido, por corresponder a la idea de mantener una óptima relación entre la diagramación, la legibilidad de las imágenes y la acogida que se quiso generar entre usuario y contenido, puesto que es un tamaño que facilita la cercanía con el lector y además optimiza los recursos. Un tamaño mayor a este, le otorgaba cierta rigidez a la publicación, rompiendo con la idea de familiaridad y proximidad, convirtiéndolo en un objeto estilizado al apreciarse como un formato alargado, pues estas dimensiones eran más difíciles de manipular y ocupaban un gran espacio para su usabilidad, asociándola a publicaciones de lujo, las cuales requieren mayor material para su producción, elevando su costo. Contrariamente, medidas inferiores a este largo, no respetaban la legibilidad del trabajo fotográfico, a pesar de conservar la idea de intimidad con el observador.



— Prueba de formato apaisado.



— Prueba de formato vertical.

D) Color

Los libros están conformados en su mayoría por fotografías a color, cargando su contenido de una variedad de tonos, formas y texturas. Por lo mismo, las decisiones cromáticas estuvieron ligadas a la idea de generar armonía, simpleza y sobriedad en las publicaciones. Fue así como se rescataron los colores predominantes de cada local para que representaran cada tomo y los diferenciara entre sí, evidenciando estas tonalidades tanto en las fotografías como en decisiones de diseño de los libros: la portada, las hojas de guarda y el mapa.



— Relojería Eduardo Valenzuela.



— Peluquería Morandé.



— Empastes Ibieta.



— Sastrería Crieste.



— Reparadora de calzado Armando



— Cerrajería Tío Vitiolo.

E) Encuadernación

Para su mayor durabilidad, se escogió la encuadernación rústica de tapa dura para el prototipo del libro, ya que, por tratarse de cuadernillos cosidos, permitieron un manejo más práctico al permitir una completa abertura de este, logrando apreciar de la mejor manera el trabajo fotográfico de su interior. Además, por ser un tipo de encuadernación muy minuciosa en su elaboración, representa un soporte rígido y difícil de romper, por lo cual, viene a ofrecer simbólicamente protección al contenido que se está mostrando.



— Apertura completa del libro.

F) Layout

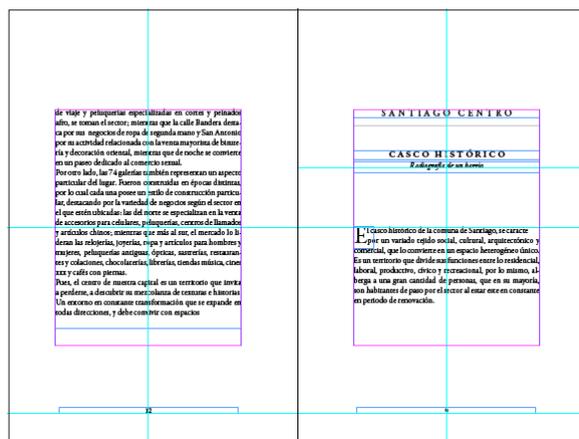
La diagramación del texto se vinculó con el concepto de tradición, ya que este se encarga de expresar el relato oral de los locales. Se dividió la página en 6 cajas de texto, de las cuales se utilizaron las 4 centrales para conformar un párrafo legible en p10.

La disposición de las imágenes se pensó en función de una velocidad de lectura rápida para así generar una atmósfera de dinamismo acorde a las necesidades de información de la sociedad actual.

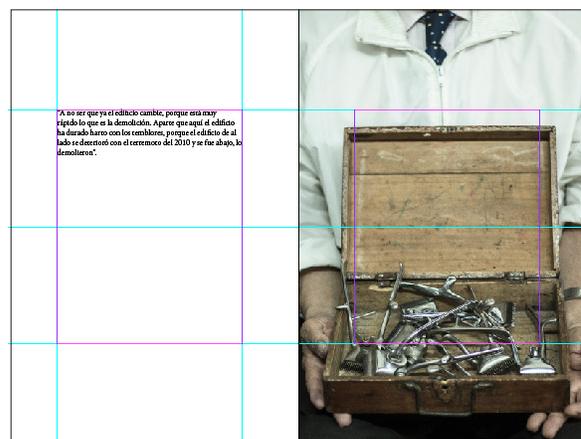
Igualmente, el diseño de la retícula se presentó también como un modo de otorgar equilibrio y armonía a la composición. Por consiguiente, se dispuso de páginas exclusivas sólo para texto y otras sólo para imágenes, de tal manera que ninguno de estos elementos entorpeciera la lectura

del otro. Además, las imágenes, tanto verticales como horizontales, ocuparon la totalidad de la página, prescindiendo del uso de márgenes, para no restringir la fotografía a espacios reducidos ni encasillados, sino más bien, para entenderla como una extensión del soporte, que es capaz de llenar los espacios interiores de la obra.

Y con el objetivo de incentivar la interacción entre libro y lector, se agregaron páginas desplegadas entendidas hacia los laterales, aludiendo a la ruta que se lleva a cabo al recorrer estos lugares, relacionando esta estructura con la idea de crear al interior del libro un espacio propio para cada local, tanto físico como simbólico, que pudiera ser representado a través del diseño material de la obra.



— Diagramación de textos.



— Diagramación de textos e imagen.

3.2.3 Proceso de desarrollo de la maqueta

Los procesos que se detallan a continuación, pertenecieron a las etapas llevadas a cabo para la realización de las dos maquetas correspondientes a los tomos Morandé y Armando.

A) Edición del relato oral para cada local

Esta etapa consistió en elaborar el relato intangible de los locales. Para empezar, se recopiló la información extraída de las entrevistas aplicadas a los dueños más las anécdotas reunidas informalmente en el transcurso de la convivencia con ellos. Luego se analizó toda esta información y se ordenó de tal manera que se formara un relato contado en primera persona, una especie de narración auto biográfica que captara la historia del lugar y las anécdotas vividas a lo largo de tantos años. La idea fue mostrar esta narración como si el dueño del local le estuviera hablando directamente al lector y así generar una atmósfera de mayor cercanía entre ambos, con el objetivo de familiarizarlo con los íntimos detalles de la historia entregada. La estructura del relato se dividió en cortos fragmentos que se referían a un tema en particular, para así poder complementar

cada uno con una imagen que representara lo que se estaba diciendo, haciendo coincidir ambas narrativas. Por lo mismo, cada uno de estos fragmentos significó una pieza clave para entender el significado de la historia global.

B) Desarrollo del relato fotográfico y posproducción

Esta etapa consistió en elaborar el relato tangible de los locales. Con su narración oral resuelta, se dio paso al desarrollo del relato fotográfico. Para esto, se comenzó realizando una selección del material gráfico, el cual consistió en la elección de las fotografías que no tenían defectos técnicos como desenfoces, desencuadres o mal iluminadas, como también quedaron fuera imágenes repetitivas u objetivos irrelevantes. Luego se prosiguió con la etapa de la clasificación de las imágenes. Esta se trató de ir agrupando las imágenes en sub conjuntos que se relacionaran con el fragmento del relato oral, pues de esta agrupación se escogió la fotografía que mejor representara la esencia de lo que se estaba diciendo y que además, tuvieran resuelto todos los detalles técnicos.

1- **Papá en un carnet:** "Llegó mi papá el año... saque la cuenta, 60 años atrás. Él empezó a trabajar en la reparadora porque era bueno esto ¡todavía es bueno! Le iba bien. Antes le ayudaba a un hermano de él, que era más viejo y yo llevaba en un local que tenía más allá en huérfanos pa' que lo fuera a ayudar... que mi taita le hacía toda la pega, esto fue en el año 50' y de ahí llegó pa' acá, se le dio la oportunidad caminando por aquí".

2- **Panorámica exterior:** "Porque antes alrededor habían restaurantes, al lado habían zapaterías, aquí habían restaurantes, al frente la botillería, ve' los carabineros, estaba el terminal de buses, aquí era un territorio muy bueno, aquí parecía un verdadero paseo todo el día... ahora no pohl a las dos de la tarde muere, parece un día sábado porque se llenó de edificios".

3- **Tacos de paja:** "Y las otras que venían harío, eran las cabras de Gustavo Mendoza, las que trabajaban ahí ¡venían to'as pa' acá pohl! ahora quedan algunas no más, están viejas ya po. Esc quedaba ahí casas! donde está el municipio, ese era todo terminal, pa' las otras calles: Gustavo Mendoza, pa' allá pa'... todavía quedan de esas cosas ¡estaba lleno de esas cosas!".

4- **Sillas vacías:** "Y del terminal venían de todos lados hasta de Iquique con bolsas de zapatos a'onda mi taita, si mi taita andaba con 600, 400, 500 lucas en los bolsillos. Mi taita ganaba plata. Esta cuestión estaba llena aquí".

5- **Don Miguel presentando el lugar:** "Ahora yo soy el único que trabaja aquí, yo heredé esto y le hago de todo, le pongo tapillas, pego suelas, como zapatos, hasta carteras a'regic de repente. Eso sí que yo no trabajaba con mi taita siempre, yo le venía ayudar no más. Si yo era independiente, lo vea, trabajaba en otro lio' y en la mañana le venía a tirar la oca como se dice porque tenía cualquier pega, le ayudaba, y yo era rápido también, si él llegó a decirme 'joe te pasaste pa' ser rápido y detallista! Él tenía maestros aquí y les pescaba la suela y se las hacía tira".

6- **Abuelita con sus amigas y sus amigas:** "En este momento yo voy caminando por las calles, cuando me voy a taita, llegan abuelitas con bastones aquí que cuando supieron que él murió se desconcertaban y se ponían a llorar. ¡Es que años po! Porque la relación con los clientes es buena, chacoteo, de repente llegan abuelitas rabiósas y yo les sigo el aman".

Reparadora de calzado, Armando.

E: Con respecto a la historia del lugar ¿cuándo se inauguró el negocio?

M: Llegó mi papá el año... saque la cuenta, 60 años atrás.

E: ¿Cómo nació este lugar?

M: Mi papá empezó a trabajar en la reparadora. Porque era bueno esto ¡todavía es bueno!

E: ¿Por qué escogió este rubro para emprender?

M: Porque le iba bien. Él antes le ayudaba a un hermano de él, que era más viejo y lo llamaba en un local que tenía más allá en huérfanos... ¡todos murieron ya pohl!... y lo llamaba que lo fuera a ayudar... que mi taita le hacía toda la pega, esto fue en el año 50' y de ahí llegó pa' acá.

E: ¿por qué escogió esta ubicación?

M: Porque se le dio la oportunidad, caminando por aquí.

E: ¿Qué había alrededor antes?

M: (...) al lado habían restaurantes, zapaterías, aquí habían restaurantes, al frente la botillería, ve' los carabineros, estaba el terminal de buses, aquí era un territorio muy bueno, aquí parecía un verdadero paseo todo el día... ahora no pohl a las dos de la tarde muere, parece un día sábado porque se llenó de edificios (...). Y las otras que venían harío, eran las cabras de Gustavo Mendoza, las que trabajaban ahí ¡venían to'as pa' acá pohl! ahora quedan algunas no más, están viejas ya po.

E: ¿Dónde es eso?

M: Ahí pasan donde está el municipio, ese era todo terminal, pa' las otras calles: Gustavo Mendoza, pa' allá pa'... todavía quedan casas, estaban llenas de esas cosas. Y del terminal venían de todos lados, hasta de Iquique con bolsas de zapatos a'onda mi taita, si mi taita andaba con 600, 400, 500 lucas en los bolsillos. Mi taita ganaba plata. Esta cuestión estaba llena aquí.

inspectora....

E: ¿Usted es el único que trabaja acá?

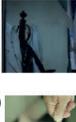
M: Sí yo heredé esto.

— Manera de elaborar el relato oral de cada local.

HISTÓRICO CENTRO

- 1) 
- 2)  Tarjeta de presentación
- 3)  Historia
- 4)  Elemento distintivo del local
- 5)  Puertas del local
- 6)  Panorámica interior
- 7)  "Ahora, yo soy el único que trabaja aquí. Yo heredé esto y le hago de todo, le pongo: tapillas, pego suelas, coso zapatos, hasta carteras arreglo de repente. Antes sí, yo era independiente, o sea, trabajaba en otro lao' y después yo vine a trabajar con mi taita..."
- 8)  "Él llegó el año... saque la cuenta, 60 años atrás. Mi papi empezó a trabajar en la reparadora porque era bueno esto ¡todavía es bueno! Le iba bien. Antes le ayudaba a un hermano de él, que era más viejo y lo llevaba en un local que tenía más allá en huérfanos pa' que lo fuera a ayudar... que mi taita le hacía toda..."
- 9)  "Paseaba él por aquí. Antes, alrededor habían restaurantes, al lao' habían zapaterías, aquí habían restaurantes, al frente la botillería, val los carabineros, estaba el terminal de buses, aquí era un territorio..."
- 10) 
- 11)  "Aunque igual yo sigo teniendo los mismos clientes que tenía mi taita, hay un abuelo de por ahí que anda paraito y vino a preguntarle por mi taita: "¿joie y como está su taita?" - ...tiene como 89 años ese caballero, se sentó y me contó la historia de él. Hacía 50 años que había llegado ahí, y de hace 50 años que le arreglaba zapatos."
- 12)  Porque si usted no hace bueno el trabajo, no va a volver la gente. Cuando hace bueno el trabajo, lo buscan. A mí me buscan. A mi taita lo buscan, todavía lo buscan gente que no saben que está muerto.
- 13)  Además teníamos máquinas pa' trabajar, esa que está allá al fondo, se llama máquina parchadora, esa... cuando trabajaba con mi taita, cuando era chico, pasaba de la escuela, me daba los trabajos de esos y yo me quedaba..."
- 14)  "Porque antes existía el gabinete aquí al frente y se llenaba de gente. Mi viejo se levantaba a las 6 de la mañana y las colas iban para allá, y las minas como se dicen con taco alto, con mini que se yo, los tacos..."
- 15) 
- 16)  "Y del terminal venían ¡de todos lados! hasta de Iquique con bolsas de zapatos a'onde mi taita, si mi taita andaba con 600, 400, 500 lucas en los bolsillos. Mi taita ganaba plata. Esta cuestión estaba llena aquí".
- 17) 
- 18)  "Las otras que venían hartas, eran las cabras de Gustavo Mendoza, las que trabajaban ahí ¡venían to'as pa' acá poh! ahora quedán algunas no más, están viejas ya po. Eso quedaba ahí pasao' donde está el municipio, ese era todo terminal, pa las otras calles..."
- 19) 
- 20)  "Ahora viene abuelas de 70s, 80 años, toas las edades, se han muerto todos los vecinos ya. Ha bajado sus buenos clientes, pero fuera de eso, como le digo, la clientela se mantiene aquí".
- 21) 
- 22) 
- 23)  "Más aún cuando llegaron los chinos, nosotros pensamos que iba a morir la reparadora, todo lo contrario, porque lo chino lo usaban dos veces las personas que compraban y venían pa' acá y les cambiábamos la tapilla, cualquier cosa, dos, tres, cuatro lucas. Los chinos ayudaron mucho al rubro."
- 24) 
- 25)  "Y en ese tiempo se usaban las tapillas de aluminio, unas redondas con dos hoyitos se ponían. Se usaban otros materiales. Mi taita usaba ruedas de vehículo y cortaba y colocaba tapilla. Porque cuando él empezó era pobre, bueno... ¡siempre fuimos pobres! Y después ya se fueron modernizando al igual que los materiales. Estas se usan ahora, las tapillas especiales, estos va metido..."
- 26) 
- 27)  Ahora si yo cobro abono o déjeme los pagaos. Porque yo la otra vez boté sacos de zapatos. Es que mi taita era tan buena onda: ¡No déjeme los no más, después me paga!-, trabajaba distinto a mí. Yo soy care' palo.
- 28) 
- 29) 
- 30)  A veces me dejan los zapatos: ¡Y mañana los vengo a buscar!-, y yo les digo: ¡espere, espere, espere! Tiene que dejarme el 50%- (...) Y se los hago al tiro, yo soy rápido pa trabajar, no soy na como los del centro que no le..."
- 31) 
- 32)   

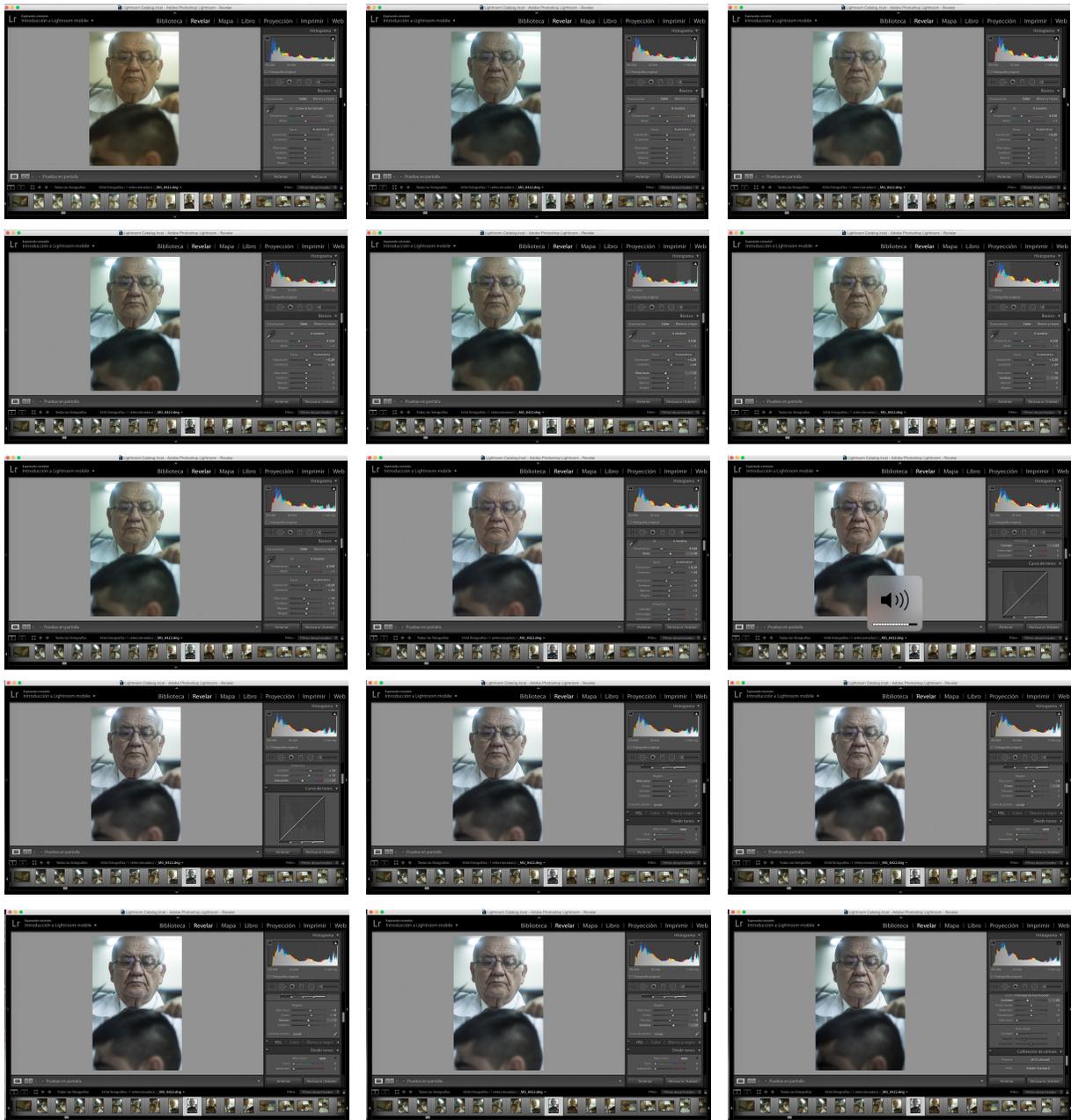
— Orden del relato fotográfico de la reparadora de calzado.

- 1)  2)  3)  4)  5)  23)  24)  "De lo contrario me quedo sin pega pues, sin virtudes. Bueno además la paciencia es importante hoy en día. Es un don. Porque nadie tiene paciencia..."
- Tarjeta de presentación Historia Elemento distintivo del local Puertas del local
- 25)  26)  "Lo que pasa es que este es un oficio que uno le presta servicio a la sociedad más que nada. Como se dice en el rubro: se hace hasta con los dedos..."
- 7)  8)  "La historia mía es que... mire yo le compre al otro dueño que estuvo anteriormente que yo, a un caballero que llegó el año 38 acá, y este caballero le compro a otro caballero la peluquería italiana, antes se llamaba el derecho de llaves.
- 9)  "Ese señor era el más antiguo, entonces pongámosle 15 años que haya estado en otro lado... pongámosle que esto existe desde el 1910. Pero yo llegué el año 96 aquí".
- 10)  "Antes, ahí por el año 64 hice el curso de peluquería, me puse a trabajar en el oficio y a los 23 años me metí a los carabineros, el año 75. Me metí a la escuela de suboficiales..."
- 11)  Y hace 11 años que trabajo yo con mi colega. Él llegó después de que falleciera el otro colega que yo tenía. Un día yo le estaba cortando el pelo a un funcionario y me dice que tiene la solución para mi problema de personal. Así que este compadre se fue a la cooperativa de carabineros y le dice a Canales: -Tengo un amigo que tiene una peluquería y teni que ir al otro a hablar con él...
- 13)  14)  27)  "Además a la gente le atrae mucho la peluquería. La gente de edad, la tercera edad, porque vuelven al pasado..."
- 28)  29)  30)  "Y vuelven por la amistad también, el cariño que se cobijan en uno los clientes, o sea, le dan confianza a uno..."
- 31)  32)  "Hasta le voy a decir que tengo la dicha, que vienen de estados unidos a cortarse, de Colombia, Uruguay, Brasil, gente de california, han sido clientes, y como son gente de negocios, son casi la mayoría de la..."
- 33)  34)  "En cambio acá es la tradición personal. La gente viene porque están acostumbrados, un local antiguo les da confianza, la mano de su maestro, de su peluquero".
- 35)  36)  37)  "Y además hay que conservar la imagen del trabajo y la vista, la vista física, lo que usted tiene, todo acá. Yo desde que llegué aquí no he cambiado nada, a excepción de cosas que suceden..."
- 38)  39)  "Porque esta es nuestra visual, es nuestra imagen, porque resulta de que aquí llamaba la televisión, diarios, los medios de..."
- 40)  41)  "Como también hay gente que viene acá, miran y observan, y uno está acostumbrado, conoce a ese tipo personas que vienen a puro mirar. Y la gente, las personas, el personaje que viene y le gusta este oficio le atrae mucho. Se les enseñan algunas cosas, no todas, nunca jamás..."
- 42)  "Y uno le toma mucho cariño a la peluquería. Y le toma tanto cariño a las cosas, como a la mujer".
- 43)  44)  15)  "La idea es que esto no se pierda, yo tengo un hijo que quiere seguir. De ese detalle yo me he preocupado, que la peluquería el día que yo me valla, siga tal cual como esta".
- 16)  "A no ser que ya el edificio cambie, porque está muy rápido lo que es la demolición, porque el dueño del lugar, el..."
- 17)  "Eso sí, nunca le he patentado el nombre, porque hoy en día el comercio está muy plagado, las municipalidad todo lo que requiere es plata, entonces como yo he formalizado bien la clientela, no hay para que hacerse más propaganda".
- 18)  "En un tiempo estuve yo sometido a hacer propaganda ¡pero no! unos inspectores me quisieron sacar un parte, porque tenía unos letreros. Es mi espacio pero, es que ahora no se respetan. Ahora no respetan la vista, a 150 metros, si uno tiene visibilidad del letrero..."
- 19)  20)  "En el fondo este oficio, el que le toma cariño se enamora de él ¡Yo también por! Yo también soy apasionado del oficio. Aunque uno se jubile, esta... fascinado".
- 21)  22)  "Eso si aquí sólo vienen hombres y niños. Uno es un poquito más especializado en los niños, el carácter de los niños es tan especial que uno se acostumbra. Desde jovencito me he especializado en los..."
- 45) Fin del relato (sin imagen)
- "En todo caso, se protagonista si la situación, porque resulta de que como es un edificio antiguo puede que al dueño del edificio lo venda, no arriendo el local, entonces yo digo 15, 20 años más que está en Buenos. Pero con las terceras personas que no aguantan, de cualquier forma andan tirando plata o lo tiran. Y uno queda de brazos cruzados. Uno quiere que esto lo heredem los hijos, entonces me a que uno aguantar."

— Orden del relato fotográfico de la peluquería.

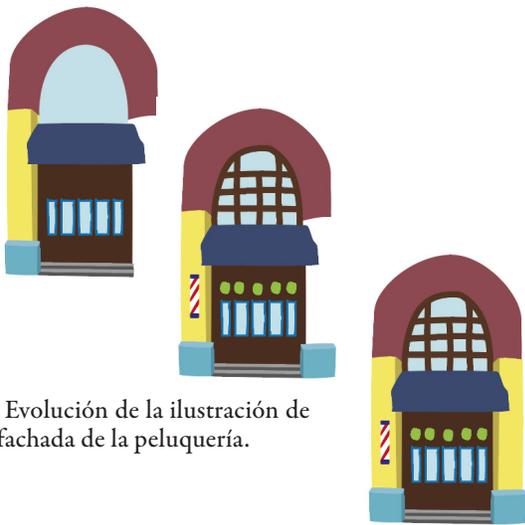
Ya con este proceso realizado, se dio paso a la edición digital de las fotografías, en donde se retocaron las imágenes en el software Lightroom. Aquí se partió por arreglar la temperatura y matiz de color. Esto para evitar que las imágenes quedaran demasiado azules o rojas, dejando ciertos tonos según la naturaleza del libro (verdoso para la zapatería, azul para la peluquería, amarillo para los empastes y bronce para la cerrajería). Luego se

manipuló la exposición y el contraste, para evitar un color demasiado negro digital. Finalmente, se desaturaron un poco para encontrar esa textura de fotografía antigua y dependiendo de la naturaleza de cada imagen, se le bajó las luces altas o se redujeron las sombras. A continuación, se muestra el proceso de post producción de una imagen en forma de ejemplo:

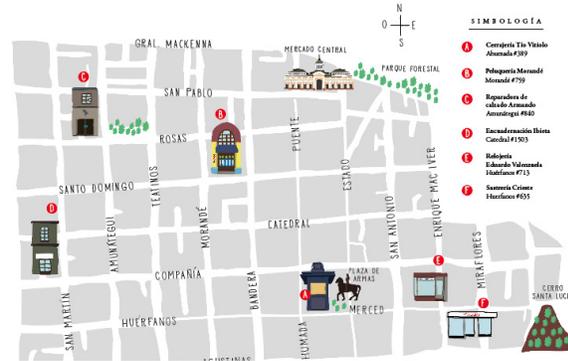
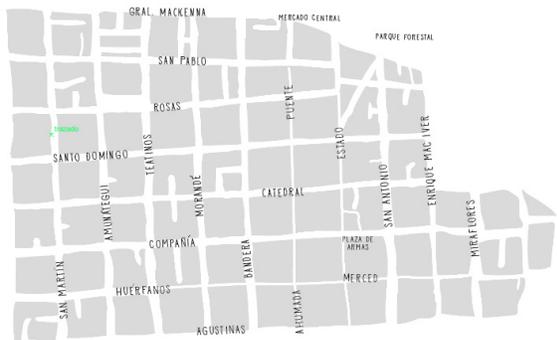


C) Diseño de la ruta patrimonial e ilustración del mapa

Como se declaró en los objetivos, la colección “Histórico Centro”, sería una ruta patrimonial. Por tanto, para materializarla, se comenzó ilustrando la fachada de los 6 locales incluidos de forma digital en Illustrator. Luego se decidió la porción del mapa que se iba a mostrar y se ilustró el trazado de éste , para posteriormente, ubicar los hitos más relevantes del barrio en conjunto con los negocios integrantes de la ruta. Finalmente, se elaboró la simbología y se diagramó la página correspondiente a esta sección. El mapa tiene un código gráfico de “hecho a mano”, debido a querer aludir al gesto artesanal-manual de los oficios.



— Evolución de la ilustración de la fachada de la peluquería.



— Evolución de la ilustración del mapa.



— Iconografía del mapa de la fachada de cada local. De izquierda a derecha: empastes y encuadernaciones, reparadora de calzados, peluquería, cerrajería, relojería y sastreía.

D) Redacción de los textos correspondientes a la colección

Esta etapa fue breve y se ciñó a la redacción de los textos base que iba a poseer cada tomo de la colección, explicando las principales características del proyecto editorial. Los ítems desarrollados fueron:

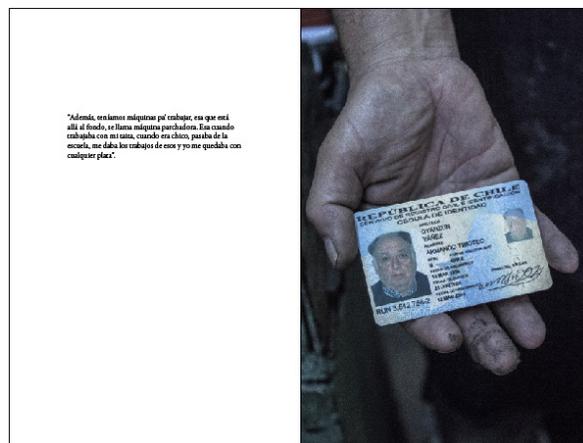
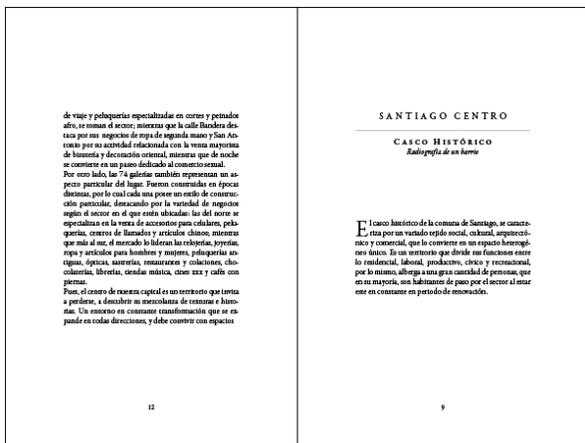
- Introducción
- Santiago Centro
- Manifiesto
- Reseña del local
- Mapa de la ruta
- Contra tapa

E) Diagramación de los libros

Se optó por una diagramación que permitiera el equilibrio entre imagen, blancos y texto, de manera que se generara una lectura armónica del libro, por medio de una alta proporción de blancos, para darle aire y descanso al relato fotográfico y este no se observe sobre cargado, para no cansar al lector.

Por tanto, se diagramaron las páginas que contenían texto, intentando reflejar el concepto de tradición, basándose en libros antiguos como referentes (texto centrado y justificado). Los títulos y su correspondiente bajada, se dejaron al lado derecho para presentar cada sección de una manera más personalizada.

El texto que acompaña la disposición de la foto en vertical, se ubicó al lado izquierdo (Nº de páginas impares) para que cuando se descubriera la página, lo primero que se viera fuera la imagen, con el fin de sorprender al lector y luego contextualizarlo dentro del relato.



— Diagramación de textos en los libros.

La diagramación de las páginas que abarcaban imágenes, se dejaron dedicadas sólo para esto, cubriéndolas completamente, sin márgenes que coartaran su extensión, tanto en orientación vertical como horizontal. Las imágenes verticales fueron ubicadas en las páginas derechas del libro y complementadas con texto en la página izquierda; y las imágenes apaisadas se dispusieron en una doble página y la leyenda que la acompañaba se ubicó en la página anterior (lado derecho); con el fin de poder equilibrar la velocidad de lectura con una cantidad de blanco proporcional a la cantidad de información entregada por las fotos.

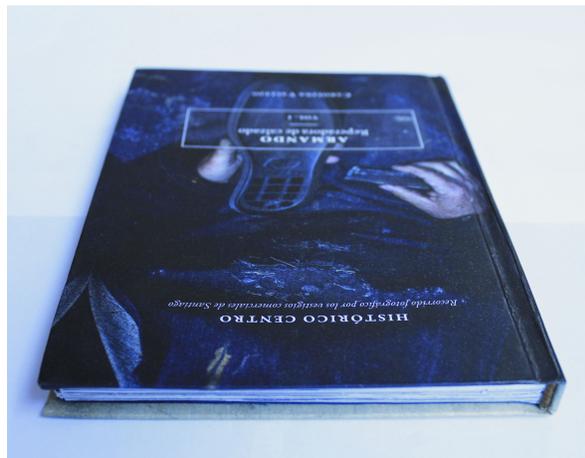


— Diagramación de imágenes en los libros.

F) Impresión, encuadernación y portada

Para la impresión, se optó por técnicas como la impresión láser debido a su velocidad, bajo coste y alta calidad de impresión. El proceso de impresión láser transmite al papel texto e imágenes de manera muy precisa, brindando una calidad de resolución superior al que tienen otros tipos de impresora y evitando además que se derrame tinta sobre el papel.

Para el prototipo del libro, se escogió la encuadernación rústica que incluye la cubierta rígida, ya que al tratarse de cuadernillos cosidos permite mayor durabilidad del libro y que este pueda abrirse por completo, factor muy importante al momento de visualizar las fotografías contenidas en dobles páginas. La portada se imprimió en el mismo papel que se utilizó adentro (Starwhite en color sirius). Se decidió imprimir una imagen que aludiera al contenido de su interior, pero que no evidenciara del todo el oficio, por lo mismo, esta no se termolaminó, para dejar en bruto la acción que realiza el maestro en la fotografía. Por último, para aludir al concepto de tradición, la portada se hizo de tapa dura para imitar el tipo de portada de los libros antiguos y además, porque es un soporte rígido que protege de mejor manera las páginas del libro y resguarda metafóricamente el contenido, es decir, la historia de los locales retratados.



— Ejemplar encuadernado.

3.2.4 Plan de difusión

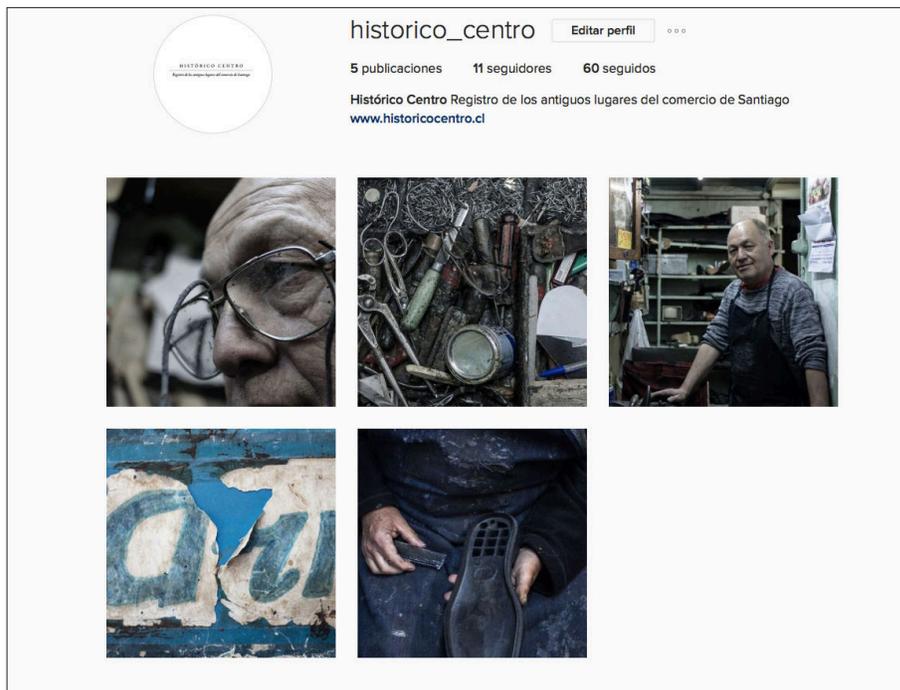
El plan de difusión se organiza en un contexto de publicación de proyecto, es decir, en el escenario donde se realice la producción del libro y su distribución como guía patrimonial. De manera de abarcar la mayor cantidad posible de personas interesadas, es que la estrategia de difusión se aplica en plataformas digitales, para apuntar a un público específico (estipulado anteriormente), que sea seguidor de éstas. Si bien es cierto, esto rompe con la idea de seguir la tradición y los elementos análogos que representan los oficios desarrollados en épocas pasadas, sin embargo, por su alto nivel de alcance con el público en general, constituye una óptima estrategia para la difusión del proyecto, no para su materialización

Para lograr este objetivo, se desarrollaría una página web dedicada exclusivamente al proyecto Histórico Centro, que se encargue de mostrar la ruta con sus hitos más relevantes y sus historias. Por lo mismo, se consideraron distintos canales para difundir. El más inmediato fue una campaña web, a través de la

creación de una página que muestre la naturaleza y objetivos del proyecto, pues se buscó la atención de los espectadores a través de Facebook e Instagram.

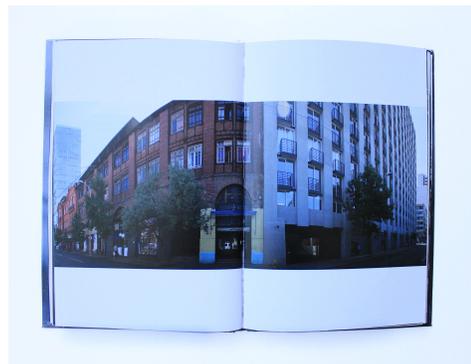
En forma paralela se está realizando una alianza con la Fundación Patrimonio, quienes son una entidad sin fines de lucro que impulsa proyectos que visibilicen el patrimonio material e inmaterial chileno. Con ellos se busca crear una exposición en el Metro de Santiago, en la galería de la estación Plaza de Armas. Este proyecto busca mostrar las fotografías realizadas, objetos de los oficios, el plano y la historia de los lugares, junto a frases de las entrevistas realizadas a los personajes, complementando la exposición con el mapa que contiene la ruta para visitar estos lugares.

También está la opción de llevar el libro a la venta, gracias a la exposición de fotos en galería. Actualmente hay conversaciones con la galería de arte La Carnicería y la galería Ekho, quienes acompañarán la exposición de imágenes del libro, con la difusión de este a través de sus plataformas web.

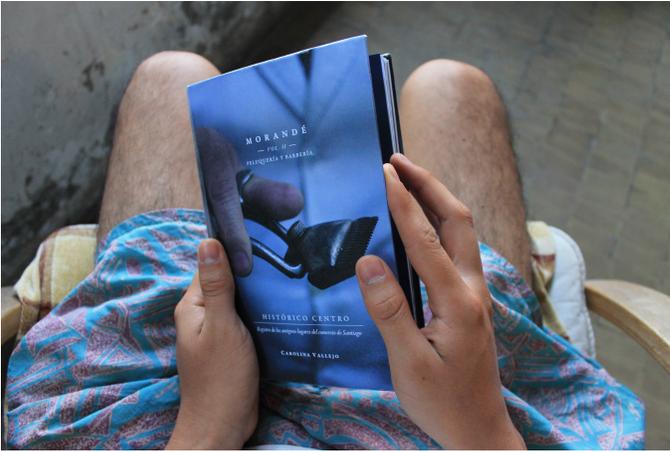


— Cuenta instagram del proyecto.

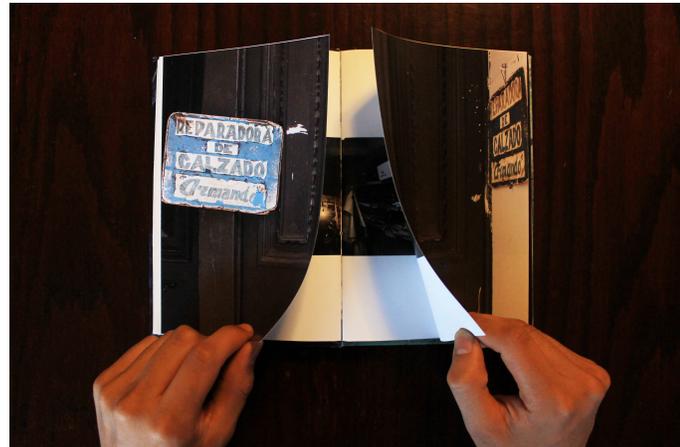
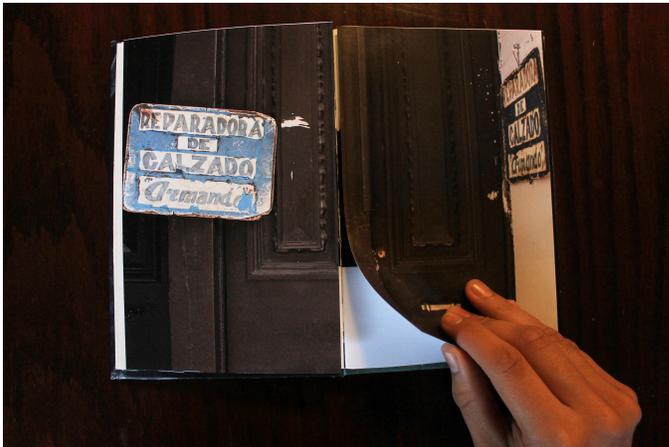
3.3 Representación final de la propuesta



3.3.1 Registro de uso y modo de testeo

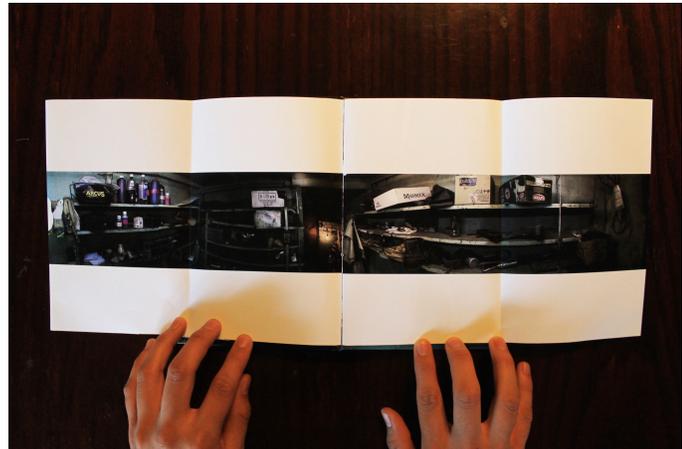
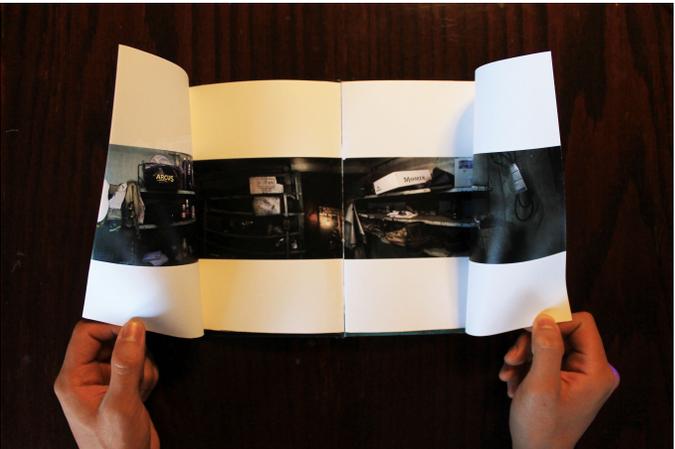


— Interacción con las páginas desplegables dobles sin soporte para su usabilidad.



— Interacción con las páginas desplegables dobles con soporte para su usabilidad.





3.4 Conclusiones del proyecto

3.4.1 Reflexiones finales y proyecciones

Como primera cosa, se observa que una de las particularidades más destacables del proyecto “Histórico Centro”, es que, a pesar de estar desarrollado dentro de un perímetro específico, su metodología y formato fueron diseñados para ser replicados en diversos lugares, indistintamente de su variedad de paisajes. Esto con el objetivo de registrar la identidad y las prácticas comerciales de diferentes lugares que vean amenazadas sus propias costumbres y tradiciones, las que los diferencian del resto de las comunidades y le otorgan un gran valor cultural. Por lo mismo, se habla de oficios que alojados en antiguos locales comerciales, integran barrios que merecen ser resguardados y trascendidos en el tiempo, pues, luego de tantos años de existencia, si no son preservados, desaparecerán del imaginario colectivo de la sociedad.

Por consiguiente, sus proyecciones, apuntan a continuar con la iniciativa, desarrollando la idea en diferentes barrios de la capital, pudiendo ojalá ser extrapolado a otras comunas que presenten las mismas problemáticas de rescate patrimonial de sus oficios, inmuebles e historias. Pues así, se propone generar a futuro una colección de libros de fotografía, que retraten el patrimonio cultural que se está por perder en Santiago, debido a su avanzado desarrollo urbano y a las transformaciones culturales es que estos fenómenos traen consigo. De esta forma, el proyecto serviría de ejemplo para ser aplicado en otras localidades, con tal de poder registrar la realidad de distintas regiones y así intentar comprender la identidad nacional.

Por otro lado, la realización de esta iniciativa, sirvió para generar una noción aproximada del comercio de barrio que algún día predominó en el sector, ya que a partir de lo que va quedando, es posible dimensionar cuantitativamente la pérdida material (ya que la inmaterial es incalculable) que significa observar la baja cantidad de establecimientos comerciales dedicados a un oficios en particular y

que posean más de 50 años. Sin embargo, paralelo a estas desalentadoras conclusiones, esta indagación fue provechosa para poder poner en valor el entorno de estos lugares que muy dignamente, aún tienen ganas de permanecer en el centro histórico de la comuna.

Al respecto, cabe destacar que la amenaza que sufren estos locales, además de estar representada por los avances tecnológicos en cuanto a las prácticas de mercadeo y la constante reurbanización de sus entornos, se debe también a las preferencias de consumo de los mismos habitantes del barrio, ya que al preferir el retail, sin darse cuenta, van extinguiendo este valioso legado que nos dejaron las tiendas de antaño. Por lo mismo, ante este escenario, en conjunto con la distribución de los volúmenes, se podría complementar con acciones paralelas que beneficiaran directamente el comercio minorista, entregando mapas (anexos al que incluyen los libros) con las rutas patrimoniales de estos establecimientos, para incentivar a las personas a no tan sólo turistar por el lugar, sino más bien a preferir el comercio de barrio y la calidad del servicio que estos entregan, de manera tal, de aportar indirectamente con el aumento de sus ventas y directamente con su conservación.

Para cerrar, se vislumbra que este proyecto sea un referente desde el diseño y la fotografía, para poder entender la gran importancia que posee hacer visible la identidad de barrio y las prácticas de sus habitantes que se están por perder. Estas historias representan lo que fuimos, lo que somos y hacia donde nos dirigimos, pues su preservación simboliza una pieza clave en la construcción de sentido de las prácticas actuales de apropiación y habitar. También invitan a hacer mayores esfuerzos por intentar construir un presente que vaya de la mano con nuestras propias tradiciones y no por encima, como lo suelen hacer las sociedades actuales, caracterizadas por vivir muy de prisa, en donde todo lo van desechando para darle oportunidad a “lo nuevo”, sin importarles aquello que quedó en desuso y que forma parte sustancial de su propia identidad.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo fue posible, en primer lugar gracias a la disposición de los locatarios para participar en el proyecto, que hasta el día de hoy mantienen vigentes sus negocios de toda una vida, especialmente a don Migue Oyarzún, nuestro reparador de calzados; don Alfonso y Jorge, nuestros peluqueros; y a la tía Susana, cerrajera y única mujer integrante del proyecto, quienes desinteresadamente nos abrieron las puertas de sus locales y nos regalaron su intimidad e historias de vida.

En segundo lugar, gracias al fotógrafo Maximiliano Sotomayor, quien creyó en este trabajo y accedió a colaborar gracias a su mero gusto por la fotografía y el patrimonio oculto en esta ciudad. También darle las gracias a una gran amiga y compañera, Natalia González, quien siempre me apoyó y estuvo presente. Gracias a mi profesor guía Roberto Osses, quien guió este proyecto desde el primer momento; y a mi familia, quienes me aguantaron en todas mis facetas mientras llevaba a cabo el trabajo.

IV • BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

1. Fuentes disponibles

Arce, M. (2015) Aprendiendo de La Vega: Vitalidad e Identidad como Detonante Proyectual. A: Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo. "VII Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Montevideo, junio 2015". Barcelona: DUOT, 2015. Disponible en: <http://hdl.handle.net/2117/80341>

Arriagada Luco, C., Moreno Crossley J. & Cartier Rovirosa E. (2007). Evaluación de impacto del Subsidio de Renovación Urbana en el Área Metropolitana del Gran Santiago 1991-2006. Disponible en MINVU: http://www.minvu.cl/opensite_20070411164455.aspx

Barthes, R. (1994). La cámara lúcida. Barcelona, Paidós.

Barthes, R. (1961). El mensaje fotográfico. Artículo.

Cámara Chilena de la Construcción (2013). Santiago tiene más de 22 millones de m² disponibles para construir en altura alrededor de las estaciones del metro. Recuperado el 10 de abril de 2016, disponible en: <http://www.cchc.cl/2013/05/santiago-tiene-mas-de-22-millones-de-m%C2%B2-disponibles-para-construir-en-altura-alrededor-de-las-estaciones-del-metro/>

Casgrain, A. & Janoschka, M. (2013). Gentrificación y resistencia en las ciudades latinoamericanas. El ejemplo de Santiago de Chile. Andamios. Revista de Investigación Social, 10(22), 19-44. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62828837002>

Collao, V. (2015). Los carritos gourmet que se toman la Vega central. Consultado el 22 de Diciembre del 2016. Disponible en: <https://www.civico.com/santiago/noticias/los-carritos-gourmet-que-se-toman-la-vega-central>

Contreras, Y. (2011). La recuperación urbana y residencial del centro de Santiago: Nuevos habitantes, cambios socioespaciales significativos. SciELO - Scientific Electronic Library Online, vol. (37), pp.89-113. Disponible en <http://www.scielo.cl/pdf/eure/v37n112/art05.pdf>

Contreras, Y. (2011). La recuperación urbana y residencial del centro de Santiago: Nuevos habitantes, cambios socioespaciales significativos. EURE (Santiago), 37(112), 89-113.

Contreras, Y. (2013, Mayo 17). Entrevista a Yasna Contreras: el Plan de Repoblamiento en Santiago y los desafíos futuros. Planeo, 10, pp. 22-26. Disponible en http://issuu.com/revistaplaneo/docs/planeo_10

Contreras, Y. (2014). La gentrificación de los barrios céntricos de Chile. Columna de opinión. Revista Pat. Consultado el 2 de Abril del 2016. Disponible en: http://revistapat.dibam.cl/607/articles-4468_pdf_1.pdf

De Mattos, C., Fuentes, L., & Link, F. (2014). Tendencias recientes del crecimiento metropolitano en Santiago de Chile. ¿Hacia una nueva geografía urbana?. Revista INVI, 29(81), 193-219.

De Ramón, A. (2000). Santiago de Chile (1541-1991): Historia de una sociedad urbana. Santiago, Chile: Editorial Sudamericana.

Dibam. (2005) Memoria, cultura y creación. Lineamientos políticos. Consultado el 20 de Diciembre del

2016. Disponible en: http://www.dibam.cl/614/articles-5349_recurso_01.pdf

García Canclini, N. (1999). Globalizarnos o defender la identidad ¿cómo salir de esta opción?. En: García Canclini N., ed., La globalización imaginada, 1st ed. [online] Buenos Aires: Paidós, pp.21-44.

Gasic Klet, Ivo; López-Morales, Ernesto; Meza Corvalán, Daniel; (2014). Captura desigual de renta de suelo y desplazamiento exclusionario. Indicadores generales del proceso de gentrificación en Santiago de Chile, 2000-2012. *Cadernos Metrópole*, Diciembre-Sin mes, 565-586.

Giménez G. (1999). Territorio, cultura e identidades. La región socio-cultural ¿Fin del territorio? *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 5(9), pp. 25-57.

Harvey, D. (2003). *El nuevo imperialismo*. Madrid, España: Akal.

Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Madrid, España: Akal (pp.19-49).

Heidegger, M. (1951). *Construir, habitar, pensar*. Disponible en: <http://www.geoacademia.cl/docente/mats/construir-habitar-pensar.pdf>

Heidegger, M. (1969), *El arte y el espacio*. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/94911330/Heidegger-El-Arte-y-El-Espacio-trad-Jesus-Adrian-Escudero>

Hernández, A.(2016). De la botiga a la boutique: gentrificación comercial en el Casc Antic de Barcelona. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 6(1), 79-99. Disponible en http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/hernandez_adrian

Hidalgo, R. & Janoschka, M. (Eds.) (2014). *La ciudad neoliberal, gentrificación y exclusión en Santiago de Chile, Buenos Aires, Ciudad de México y Madrid*. Santiago, Chile: Instituto de Geografía, Pontificia Universidad Católica de Chile; Madrid, España: Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Autónoma de Madrid.

Inzulza, J. (2011). *Gentrificación, y su inclusión en el debate del destino de nuestras ciudades chilenas post terremoto 27/F*. Recuperado del sitio web del Departamento de Publicaciones de la Universidad de Chile, de <http://www.fau.uchile.cl/extension/direccion-de-extension/70994/gentrificacion-y-su-inclusion-en-debate-de-ciudades-post-terremoto>

Janoschka, M.; Sequera, J. y Salinas, L., 2013, *Gentrification in Spain and Latin America – a Critical Dialogue*. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37: DOI:10.1111/1468-2427.12030.

La Densificación de Santiago se “desborda” hacia comunas al norte y poniente del centro. *El Mercurio*, Santiago de Chile, 14 de Junio de 2015. p.C19 col.1 (En sección: Nacional).

Lefebvre, H. (1968). *El derecho a la ciudad*. (4ta ed.) Barcelona, España: Península.

Lévi-Strauss, C. (1949). *Introducción: Naturaleza y cultura*. En *Las estructuras elementales del parentesco*. (pp.35-44). Barcelona, España: Paidós.

Lévi-Strauss, C. (1979). *Introducción a la obra de Marcel Mauss*. En *M. Mauss. Sociología y Antropología*, (4ta ed., pp. 13-42). Madrid, España: Tecnos.

López-Morales, E. (2012). Urbanismo proempresarial y destrucción creativa: Un estudio de caso de la estrategia de renovación urbana en el pericentro de Santiago de Chile: 1990-2005. Disponible en: http://libros.infonavit.janium.net/libros/PDF/2012/ernesto_lopez.pdf

Marsal, D. (Compiladora). (2011). Hecho en Chile. Reflexiones en torno al patrimonio cultural. Santiago de Chile. FONDART.

Pérez, D. (2013). Seminario Crecer con Equilibrio: Infraestructura y Desarrollo Urbano en Armonía. En Concreto, [online] 11(124), pp.24-25. Consultado el 10 de Marzo del 2016. Disponible en: <http://biblioteca.cchc.cl/datafiles/30579-2.pdf>

Roca, M. (2006). Habitar, construir, pensar: tipología, tecnología, ideología. Buenos Aire, Argentina: Nobuko.

Sack, R. (1988). El lugar y su relación con los recientes debates interdisciplinarios. Documents d-análisi geogràfica, N°2, pp. 223-241. Disponible en: <https://www.google.com/>

2. Anexos

I Entrevistas a académicos expertos en el tema

1.1) Ernesto López.

Académico Departamento de Urbanismo at Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile

MODERADOR: La primera pregunta es basada en la gentrificación acá en Santiago, ¿cuáles serían las...?

E: ¿Quién es tu profesor guía de tesis?

MODERADOR: Roberto Oses. ¿Cuáles serían las directrices del proceso...?

E: Pero explícame qué quieres hacer con tu proyecto.

MODERADOR: Yo identifiqué un problema, el cual es la desinformación, que las personas están expuestas a ese fenómeno sin saberlo. Entonces, el objetivo del proyecto es darlo a conocer y me voy a centrar en un barrio, darlo a conocer a los habitantes de ese barrio. Cerca de Independencia, Recoleta, según lo que tengo entendido, hay un especie de gentrificación que se está recién instalando, no como Santa Isabel que ya está colapsado digamos. Entonces mi proyecto es una exposición fotográfica y de ilustración que combina ambas disciplinas y dar a conocer el fenómeno reemplazando los lugares del patrimonio popular que consideran las personas del barrio, por otro tipo de edificaciones, mostrándole a la gente que pasaría si este lugar, por decir algo, La Vega, viniera a desaparecer por el avance inmobiliario.

E: Lo cual es improbable porque la Vega, la estructura de propiedad de los lotes es diferentes a como en Europa, México o Madrid. En la vega no son arrendatarios, son propietarios. Pinochet lo que hizo fue dar títulos de dominio a los locatarios de al vega y con eso compró un montón de voluntades (no se escucha bien 3:52) por eso siempre son muy fachos algunos. No les conviene a los emprendedores chicos, son súper conservadores, de la manera a la que ellos pueden acceder a la propiedad. Entonces, es muy difícil hacer cualquier proyecto de intervención, que la vega desaparezca producto de la gentrificación, dado que son personas que van a estar ahí como propiedad. Lo que sí puede ocurrir en la vega, y ahí está trabajando frente a lo que se llama market gentrificación, es un enchulameinto de un incremento en el precio de los productos, en el tipo de producto, en las cosas que se transan, en el público objetivo al que se espera apuntar (no se escucha bien min.4:43). Ahí te recomiendo que le preguntes a Schlack que está trabajando en u proyecto que yo dirijo acá que se llama Contested cities, y yo creo que sería buena informante para ti si es que el caso de la chimba y la vega es tu caso. El otro barrio que está en un proceso de gentrificación bien cultural es Yungay, yo a la Chimba no la tomaría, por ejemplo en el barrio Italia, hay mucho diseño metido ahí.

MODERADOR: Está cosmetizado el barrio Italia ya.

E: Barrios con imagen-marca, con hartoo diseño gráfico, en cambio la Chimba no, el otro caso sería Yungay.

MODERADOR: En Yungay tengo entendido que los propios vecinos tomaron acción de todo esto y se fueron en contra del...

E: Es que la gentrificación es un fenómeno que es efecto de cosas. Es el cambio y recambio del usuario de un determinado lugar de la ciudad, producto de inversiones inmobiliarias, nuevas demandas de usuario de mayores ingresos, políticas públicas, mercados de suelo, mercado de la vivienda, y eso genera que haya reemplazo del habitante por los encarecimientos de los productos y las viviendas, desplazamiento de sujeto de menor renta y un reemplazo por el sujeto de mayor renta. Ese es el rollo, pero puede ocurrir desde distintas formas, no es que la gentrificación sea por el mercado residencial. No es que los barrios populares y la infraestructuras tradicionales, vayan a ser reemplazadas por edificios, es un error conceptual importante. El mercado inmobiliario puede generar gentrificación, pero en el caso de la chimba puede ser una gentrificación llevada por el consumo de determinados productos, por el enchulamiento del mercado, porque ya no se venden más lechugas y zanahorias y se comenzaron a vender machiatos y arándanos y fresas súper caras. Ahí empiezan a haber factores de gentrificación que a lo mejor el mercado inmobiliario no va a penetrar la vega, pero si la va a rodear. En el caso de Yungay los vecinos, supuestamente pararon la producción de edificios en altura, pero muchos vecinos del barrio, propietarios no ven que se hagan edificios más bajitos, más patrimoniales o lofts. O los vecinos del barrio Yungay no ven con malos ojos, una calle transversal a Huérfanos que se llama, no me acuerdo, donde se están poniendo un montón de bares, cerca de la cervecería nacional, y ahí hay un callecita que está bien gentrificada y está teniendo harta movilidad bien hipsterina, de barrios onderos, y están ocupando cites y están enchulándolos, en donde antes vivían 10 familias peruanas, ahora viven 1 o dos jóvenes universitarios. Entonces, el hecho de que halla una organización fuerte patrimonial no asegura que no halla gentrificación en el Yungay, porque se está gentrificando igual. Así como se está gentrificando varios barrios centrales, donde estamos percibiendo en ellos el proceso. En Valparaíso también está pasando eso.

MODERADOR: ¿Cerro Alegre?

E: Yo creo que cerro alegre ya termino de gentrificarse. Ahora el cerro Barón lo está haciendo por avance inmobiliario. Ahí si que son edificios que van a costar 10.000 UF, hay uno que está en el borde del cerro barón hacia el mar, y están expropiando el terreno, un montón de casas viejas, e incluso la inmobiliaria acusa y quiere demandar a los vecinos por tener viviendas tan peligrosas frente a su obra. Tal nivel de agresividad, y los vecinos del cerro Barón están organizados, pero la inmobiliaria sigue construyendo, socavando el suelo de casas vecinas que en algún momento van a caerse, rompiendo las calles incluso aldañas al proyecto, estos son 100 departamentos, son muchos. Pero ahí no tienes mercado, no hay una penetración de la cultura del café o del diseño o de las cosas más exquisitas que le gustan a la pequeña burguesía. Lo que está habiendo ahí es sólo un proyecto inmobiliario que compra barato y están construyendo con unas vistas impresionantes al puerto. En el caso de Yungay, es la residencia, la onda patrimonial lo que se está haciendo apoderado por las clases altas. En el caso de San Miguel, por ejemplo, suelo metro, conectividad. En el caso de estación central entre Ecuador con Las Rejas, también hay una gentrificación. Pero es una comuna flaute, como que son aspiraciones C2 y C3, que llegan familias jóvenes, de gallos que nacieron en Maipú, San Bernardo, La Florida, y están viviendo ahí al frente. Hay gente que dice que eso no es gentrificación, claro porque tu comparas con los inmigrantes que vivían en cites y que hoy son reemplazados por esta clase social. Entonces, son distintas formas en que el fenómeno se expresa y ahí tienes que tener esa claridad, de que no hay una forma de gentrificación, porque son distintas manifestaciones de un proceso que es estructurado a como funciona el capitalismo, finalmente el capitalismo funciona en base a los que tienen plata son los que toman las decisiones, son los que van a invertir. Los que tienen la propiedad de los medios productivos urbanos, de construir edificios, montar negocios, hacer bares, galerías culturales como el Nave o la peluquería francesa o la cervecería nacional, que los bares están a la vuelta de la esquina de la cervecería nacional, y el capital inmobiliario chico de tipos con plata que invierten y sacan 3 lats que antes eran un cité. Y el problema ven como estos cambios vienen y se van manifestando y no pueden decir nada, no

tienen ninguna incidencia de los que siempre toman las decisiones y empiezan a cachar en el barrio que desapareció el vecino, ofertas de determinadas naturaleza, ofertas de precios, suben los arriendos también. Yo recomiendo en Santiago irme bien abajo en la escala social para ver (no se escucha bien min. 12:45), no me quedaría feliz preguntándole a Rosario Carvajal en Yungay o a los comerciantes de la vega que opinan del proceso. Yo me iría derechamente a hablar con las clases populares que habitaron esos barrios. Bueno si tu les vas a mostrar fotos icono. Entonces ¿dónde erradica tu aporte?

MODERADOR: En dar a conocer el fenómeno en un sector donde está medianamente metido el asunto de la gentrificación, pero no del todo. Que se note que el barrio está cambiando y que podría suceder si el avance fuera mucho y se convirtiera en un nuevo barrio Italia.

E: ¿Tiene que ser en un barrio? ¿no pueden ser varios barrios?

MODERADOR: No hay tiempo, porque el trabajo es solos y tengo este semestre solamente y con muchos varios incluidos en el proyecto no me daría el tiempo. ¿por qué lo dice profe? ¿Hay muchos barrios por abarcar?

E: Sí, Parque O'Higgins. Ahí están habiendo cambios que no son tan visibles, pero nosotros lo estamos viendo y teníamos definida la zona como estudio. Entonces cachamos recambio de población, incremento en el ingreso promedio de las personas, pero no se si daría para un registro.

MODERADOR: ¿Considera que Independencia, recoleta, están en condiciones de ser gentrificadas a futuro?

E: Totalmente.

MODERADOR: ¿Y eso es basado en precios de aumento de suelo, de arriendos...

E: Hay unos edificios en altura que dialogan más con el borde del río pero que si tienen un impacto en la economía de los barrios de alrededor, que son estos edificios que están en patronato y en Loreto. Toda la comunidad gay que se está dando es parte importante, los gay clase media alta que se están yendo para allá, que tiene relación con Lastarria, con el barrio Rosas, bellas Artes, que se está moviendo hacia el norte, cruzando el río está lleno de bares, Los Toros, el Bar Loreto, bien comercial cuiquilla del lugar, el Onaciu. Para el lado de la Vega hay señales perceptibles como venta de cajeros, y cosas gourmet en la vega. Ahora los bordes de la Vega son un asco, un montón de bodegas, tacos, lleno de basura, ahí no creo que haya avance inmobiliario y no creo que hayan inversionistas. Lo otro es Yungay, me parece bien.

MODERADOR: Ya está tan latente el tema ahí, que quizás darle una vuelta en otra parte.

E: Nosotros teníamos un caso que es pintado, en plaza Chacabuco, en Independencia. La línea 2 del metro está haciendo una estación ahí, y está habiendo harta activación inmobiliaria. Ahí muchos inmigrantes están comprando, entonces, como hace 10 años ese barrio comenzó a surgir, botaron un montón de bodegas y casas y comenzaron a construir edificios que fue llegando una población C2 y C3 al barrio y me parece que luego esa población se está yendo y se está proletarizando el barrio, no te lo recomiendo mucho. Lo otro es la extensión el llano, ahí al lado del hospital Barros Luco habían un montón de propiedades de familias pobres y viejas, ahora ahí se llama el llano oriente. Pero es una imagen súper inmobiliaria, que están tratando de recrear una imagen de (no se escucha bien min.21:04) de hecho. El aspecto de los edificios son mucho ladrillo a la vista, mucho blancos los edificios y se está construyendo hartito ahí. Esa es una gentrificación inmobiliaria, y ahí no tengo ninguna duda que es gentrificación y que la población que

vivía ahí se fue. No vas a encontrar aspectos culturales, de vida de barrio, de bares, de patrimonio cultural popular. Ahí no creo.

Podrías intentarlo con el cerro Barón, la gentrificación del cerro barón, haber... tienen un Facebook. Yo traté de ayudarlos y manejarlo con medios, les ofrecí tiempo de investigación de la universidad de Chile y no me contestaron, pero es Valparaíso y es popular y cultural en todos lados. Y no son casos tan evidentes como dices tu, tan trillados.

MODERADOR: La idea es apuntar a lugares que están rebotados.

E: Aquí se está construyendo un súper condominio diseñado por Gabriel Cloth, al lado de esta casa que hay acá y este viejo lo quería demandar, el viejo dijo se me está quebrando el pavimento y la loza de mi casa producto de la excavación ¿y la inmobiliaria me quiere demandar a mi? Esta calle se tuvo que cerrar hartos meses porque estos locos se pitearon el terreno, entonces se fracturo la calle. Están funando a la inmobiliaria pero es como bien conflictivo, bien político y va a tener harta reberverancia y se están construyendo otros edificios en el cerro Barón y se está gentrificando fuertemente todos estos cerros populares de Valparaíso. Es como una población de altos ingresos que se va a ir a vivir allá, y se están encareciendo también las propiedades. Se está abriendo toda una economía urbana ahí donde no había. Para mi es súper conflictivo hablar de Valparaíso y gentrificación, porque se que hay gentrificación y se que la economía de Valparaíso esta tan muerta que finalmente, me hace dudar con respecto a lo que yo he afirmado respecto a la gentrificación que no es buena, es mala, perjudica a los más pobres, pero ya cuando teni una economía urbana que no sirve para nada y no funciona que lo que único que hay es un puerto, que tiene 500 empleado y que no genera empleos ni redes para la ciudad y la ciudad se sigue decayendo, aparece la gentrificación como un activador económico importante. Y eso es fregao porque tu teni que ser bien responsable al hablar de estos temas. No se puede decir que la gentrificación es mala, porque teni que explicar porque es mala. Igual es una trampa que tiene el capitalismo, impone cambios de acuerdo a la voluntad de los inversionistas, cuando quieren como quieren y luego todos tenemos que vivir en función de “a no es tan malo lo que hacen ellos, podría ser un poquito mejor”. Quizás que pasa si le hacemos regulaciones y quedan justos en sus practicas y no construyan 30 pisos, sino 10 no más, que sus propiedades no cuesten 10.000UF sino que 3.000UF y no perjudiquen a la gente que viven en los barrio, podrían incluir las demandas de los vecinos, pero esa es una visión romántica de la cuestión, por lo general los que toman las decisiones del cabio barrial son las inmobiliarias, los inversionistas. El proyecto NAVE por ejemplo, que está en Yungay frente a la peluquería francesa. La peluquería francesa no le molesta a nadie pero el proyecto Nave si les molesta a la gente, porque agarra casi todo el frente de la manzana, está cerrado de noche, no tiene actividad, salvo las horas en que funciona, es una fachada cerrada y eso es un inversionista de apellido x, que le construye ese edificio a su hija que estudio danza. Entonces ejemplifica, son decisiones que toma gente, que rescata la fachada, o sea, si el patrimonio lo vas a reducir a una fachada. Contratas a un arquitecto, ni siquiera bueno, sino que caro, para que diseñe una fachada que está muerta. Entonces teni al papá haciéndole el proyecto a la hija, el arquitecto súper caro, visible y famoso, haciendo una cuestión con mucha inversión en un barrio donde viven colombianos, haitianos y peruanos a la vuelta de la esquina, en unos cites. Entonces, ahí como que está la... hay dimensiones de la gentrificación que no han sido vistas. Quién ha trabajado realmente bien como caso de gentrificación en Yungay... yo creo que no está trabajado bien. Ándate a la chimba entonces, yo creo que hay que hacer un montón de descubrimientos, hacer etnografía, conversar con al gente de la zona, habla con la Schlack de la vega, pero ella es experta en mercados. ¿Y por qué tu hablas de gentrificación? ¿por qué tiene que ser de gentrificación?

MODERADOR: Porque es una investigación que llevo hace rato y quizás se fue por otro lado, a mi me ha costado mucho lo que es tener que mezclar el tema con el diseño.

E: Para mi el aporte del diseño ayuda un montón a gentrificar, los diseñadores industriales o de objetos, encontraron un nicho. No ellos, sino los que les pagan, estas startup. Como Italia, Italia es como un mini Palermo fome, no es que Palermo se haya convertido en un barrio muy entretenido, pero todas estas estupideces del re branding (no se escucha bien min. 28:56). Porque a los urbanistas nos gustan ver cosas más auténticas también, cuando los diseñadores se meten en la ciudad, y cero rollo con los diseñadores, me encanta el diseño, pero cuando se meten a sobre diseñar la vida material, como un poco a convertirla en un commodity visual, a reinventar la imagen de un barrio de una manera poco crítica y básicamente muy vendible, muy fashion. Y la autenticidad de los barrios se convierte en una cuestión poco auténtica. Pero es una creación increíble de valor añadido a una materia físico urbana que vivía perfectamente bien sin ese barrio de moda. ¿Qué está aportando el diseño entonces? ¿Está aportando valor agregado para que las cosas sean más caras? Una mierda de cojín que que en barrio Italia lo compras a 20 lucas en el Mall Chino te cuesta 5.000 pero con un poquito menos de diseño. Para mi la autenticidad de los barrios erradica en el patrimonio popular, de las cosas que la gente ha construido en base a sus propias inquietudes, a su propio sentido común. Un diálogo súper honesto con la globalización, debido a la opción poco crítica de un montón de personas de incentivos visuales, comerciales que empiezan a convertirse en patrimonio, se empiezan a perder, a usar, me refiero a la ropa, a los barrios, al inmobiliario urbano. Cuando se estetizan demasiado los barrio, el diseño va a subirle el valor, ese es el problema que tiene el diseño en Chile, no logra ser un generador de valor, sino que el generador de valor está en la inversión misma, en algo súper poco creativo. Voy a invertir en casas, en cobre, en pescado y en madera. Y el diseño va por detrás y le dice le vamos a agregar el 10% de valor porque te vamos a vender una imagen adicional. En temas económicos sigue siendo lo mismo, porque la ciudad es inversión. No hay industrias creativas acá, no sé que tiene de creativo hacer una tienda que venda diseño.

¿Que valor le va a dar uno como diseñador más que la misma persona que vive ahí que construye a diario su espacio.

MODERADOR: Y eso profe. Con los que hemos hablado está súper bien.

E: ¿Barrio (no se escucha bien)?

MODERADOR: Es muy comercial ¿o no?

E: ¿Y cuál es el problema? Para terminar dos cosas. Primero, la investigación de gentrificación te puede coartar un montón de otras cosas, es como la crítica que se le hace a los investigadores, que no ven otras cosas, que se emocionan con el recambio de población, expresado a través de la visualidad, de la imagen urbana, expresado a través de objetos de diseño. Pero no ven otras cosas como por ejemplo la riqueza de lo que existe, la riqueza de lo que llega, otros tipos de procesos, los inmigrantes, la multiculturalidad. A lo mejor hay otras cosas que están ocurriendo que son más interesantes, y en ese sentido yo creo que el barrio Patronato es súper interesante. Es toda la imagen chula del comercio chulo, tienes todavía los resabios de la influencia palestina, comerciantes que llegaron y algunos siguen ahí con unos carteles que son súper feos, el mal gusto reinante, después llegan los coreanos, con importadoras, con un conjunto de colores y cosas así. Entonces patronato se esta gentrificando, medio que si, ya hay un par de bares, clandestinos, donde van los cuiquitos a emborracharse y a drogarse y también teni los restaurantes más fashions de hueas coreanas hediondas. En donde lo s de Las Condes van a comer y como que... teni al lado El toro, el onaciu y el bar Loreto, porque en el otro lado teni la vega que también se esta medio gourmetizando, entonces están pasando cosas. También en la chimba, pero ahí yo digo, si yo voy a trabajar en un barrio voy directo a ver como se producen esos cambios y que ha habido de rescate de la cultura material existente en el lugar entre la arquitectura, la imagen. Entonces incluye gentrificación, claro, aparecen los nuevos usos más

chic de la cultura. Por otro lado también hay un montón de vulgaridad que podrías (no se escucha bien min.36:02). Lo digo para que mates tanta obsesión con la gentrificación, porque si te sirve, bacán, pero ojo que también hay otras cosas ricas que podrías encontrar.

MODERADOR: Muy interesante profe, muchas gracias.

E: De nada.

2.2) Jorge Inzulza Contardo

Académico Departamento de Urbanismo at Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile.

¿Cuál es su experiencia trabajando con el tema?

Bueno, quien inventó el concepto fue Ruth Glass, Harvey remasteriza o lo que hace Smith y Smith es como de otra corriente. Primero que todo, la gentrificación es un concepto inventado, no existe en el inglés, sólo existe gentry, y Glass lo relacionó con el aburguesamiento cuya traducción en español no tiene que ver con la transformación que está pasando acá, porque no son burgueses los que vuelven o viven acá, podría ser como elitización.

Lo primero que yo diría es que la gentrificación es un concepto inventado, observado en Londres, en un proceso del año 60, con gente que vuelve de la segunda guerra mundial que quiere volver a vivir en sus barrios, por tanto, que vuelvan implica que desplazan a las personas que allí se encontraban y con eso se expulsa a la gente de la working class, obrera, de menos recursos y a eso Glass le llamó gentrification, proceso de injusticia social. La palabra gentrificación implica injusticia social, y eso no es positivo. Como es un proceso de desplazamiento puro en donde gente de mayor ingreso expulsa a los de menor ingreso, ese efecto en los años 60, si uno lo trae al presente, han pasado muchas cosas. De ser un proceso esporádico, ahora es uno masivo, de dos clases a ahora ni siquiera se entiende en LA lo que es clase media, por ej. Que la gente expulse a otro directamente como era en los 60s tampoco es tan claro, ahora no es directa, ahora hay muchos cambios y esta es más perversa, antes la gente quería volver a sus barrios, el estado no estaba involucrado, ahora es un proceso de desarraigo socio espacial avalado por el espacio a través de los subsidios de renovación urbana, especulando con el suelo todo lo que queramos, entonces sin buena renovación urbana, sin objetivos se puede hacer lo que se quiera. Santiago se ha transformado a base de especulación con las inmobiliarias, por eso o encuentro más perverso, todo lo que se está prohibiendo en Santiago centro ahora se está permitiendo en estación central, entonces cancha abierta para que se llene de torres por todos lados. Por ejemplo, la señora que tenía un local ahora anda muerta de frío porque le da una sombra del edificio de al lado entonces quien se preocupa de eso, a nadie le importa, ya no puede seguir haciendo el mismo negocio, invaden la privacidad. Por eso que en el barrio Yungay tienen un poco mas de control y acción, el caso de bellavista, pero mira esa universidad horrible en la entrada, dieron la lucha pero todo se quedó ahí. Yo creo que el estado no se ha metido de frente, finalmente estas son políticas de estado, cierto control del suelo, cierta protección de los arrendamientos, hoy en día no es que la burguesía venga a vivir al centro de Santiago, eso se dio en los 60 pero nunca volvieron. Yo hice un trabajo de cómo iba cambiando la gentrificación por décadas y claramente ha cambiado, no es lo mismo la gentrificación de antes que la de hoy. No hay un consenso en cuanto a la definición de gentrificación.

La globalización es una amiga de la gentrificación y hay diferencias, sobre todo en Chile, el primer y segundo ciclo de Inglaterra no lo vivimos, vivimos el contemporáneo y el neoliberalismo nos ayuda para

estos temas, todo se rentabiliza, queremos un departamento de moda entonces está todo pensado para que una persona consuma. El mercado te está buscando para que la gente consuma. Es un proceso más indirecto, de operación inmobiliaria, es menos de cara a cara. Hoy en día es fácil que uno sin quererlo termine gentrificando porque somos parte del mercado. Y se disfraza como renovación urbana, pero no es lo mismo porque renovación urbana es un proceso de mejoramiento del espacio público y privado, pero acá no se está siendo precisos. Creo que la ciudad intermedia aún se puede arreglar, aún en Talca por ejemplo, la ciudad se puede caminar, por eso creo que se puede lograr aminorar los efectos de la gentrificación.

Con un tesista está trabajando con la morfología de la gentrificación, él dice este es el centro y esta es la periferia en Talca, y está trabajando con el que se gentrificó, donde está viviendo, como es su entorno su espacio físico., él le llama la ruta del desplazado, lo que él ve como es el entorno aquí y acá, centro periferia, ver que en una ciudad intermedia el desplazado como lograr que tenga una cierta condición de ciudad que no sea tan terrible como aquí en Santiago que tú terminas viviendo casi llegando a Chillán. El subsidio es un aliado de esto, el desplazamiento subsidiario estamos viendo con otra tesista, nosotros subsidiamos para que se den estos procesos.

¿Los arreglos que usted propone profe de las ciudades a qué se refieren?

Desde la mirada de política y diseño urbano. Desde la política urbana con los instrumentos de planificación que hay no se puede hacer mucho. La planificación está desajustada y no contribuye en cosas de barrio por un lado, el diseño urbano debe ver que atributos tiene la ciudad intermedia, mobiliario paisaje tamaño de vivienda, posibilidades de encuentro locales chicos, estos son atributos que aún cuando se está gentrificando, son importantes porque son ciudades con menos distancias por tanto es posible incluir a mayor cantidad de población. La gentrificación partió siendo un proceso de injusticia social, y sigue siendo pero se nota menos, porque la gente no se da cuenta que son gentrificadores, es más impersonal, es un proceso de estrategia.

¿Qué irá a suceder después de la gentrificación en las ciudades, que se viene para el futuro?

Luego de que se inventara el término, hace 50 años, para una ciudad no es tanto para el proceso de cambio. Somos muy jóvenes en términos de actitud cívica. Para un país como Chile que lleva poco tiempo de actitud cívica urbana y con un proceso neoliberal, no se puede evitar la gentrificación, eso va en alza. EN los 70s, en Bolonia Italia, hubo una experiencia de desgentrificación, el gobierno de derecha comunista logró que se generara un plan para que la gente no se expulsara. De ahí para adelante, en Canadá, barrio las flores de providencia por ejemplo, ahí la gente frenó el plan regulador, el barrio Yungay parte de Bellavista, hay buenas intenciones. Los escenarios son propicios para desplazar a la gente.

El derecho a permanecer de las personas – Miguel Lawner

Las ciudades han evolucionado ¿Está mal frenar esa evolución enfocada en el consumo? Porque anteriormente, cuando se pobló Santiago, ¿eso también cuenta como proceso de gentrificación?

Para la dictadura hubo un proceso de desplazamiento grande, eso es gentrificación estatal. La gentrificación es un proceso de dos clases, hoy en día es un problema de políticas públicas, subsidiarias. La gente compra de más en verde, llega primero al edificio y después se puebla, es un proceso más impersonal. De hecho los españoles gentrificaron a nuestros pueblos originarios. Ver procesos previos está muy bien.

Desde el punto de vista del urbanismo o la arquitectura, ¿qué aspectos se deben tomar para que la renovación urbana sea pensada en el habitante y sus necesidades?

Un cambio cívico cultural, partiendo por eso, desde los comportamientos de las personas de consumo. Decir que una buena planificación comunal adecuado va a evitar la gentrificación, esta erróneo, tiene que ver primeramente con un cambio en el comportamiento de la gente. Hay un problema en que la mitad de Chile viva en Santiago, por eso es necesario que la población cambie su actitud cívica. Además desde el diseño urbano hay que replantearse, diseño es un palabra común entre ustedes los diseñadores y nosotros los urbanistas, o sea de hecho, hay un concepto civic design/diseño cívico, esto dice que vamos a pensar en la ciudad no formalmente, sino que tiene que haber una sociedad que sepa usar el espacio, la generación de ustedes y la que viene tiene menos miedo, menos despreciado al apropiarse de sus espacios. Para esto es necesario reinventar a la sociedad a utilizar los espacios, a esta actitud cívica a empezar a reclamar, que los mismo espacios, el urbanismo, la reinterpretación del urbanismo. Hablar de sólo planificación es pobre, si uno consensuara imágenes con las personas, uno llegaría al usuario. Si nosotros no tenemos un espíritu crítico frente a esto, nos meten el dedo en la boca.

Este proceso se da en un ámbito privado, en donde las repercusiones son inminentes en el espacio público

El límite oficial, esto es privado esto es público, en Inglaterra, existe el reino público que es lo total, dentro del reino público, está lo privado y lo público, acá no se toca el espacio público pero este afecta al resto de los espacios, al final todos vivimos en una comunidad, entonces yo veo que la gentrificación siempre se retrata desde tecnicismos urbanos, pero no va más allá a lo cultural, el cono de sombra del local, la demanda vial, la relación entre el local de la esquina que no está la señora porque hay un ok market ¿a quién le importa eso? Son efectos colaterales que son difíciles de retratarlo desde lo privado, hay menos interés de retratarlo desde lo público.

En morfología de la gentrificación, se quiere retratar la ruta del desplazado, ver cuales son los atributos de ciudad que se ven mermados frente a la gentrificación para intentar mirarlo públicamente.

Se da la gentrificación en el espacio público?

Absolutamente

¿Quién lidera estos procesos?

La Sharon Zukin tiene un libro, lof living (gentrificación NY), ella escribe de biutyfication, el embellecimiento de las calles como escenario propicio para que se de el proceso. Barrio Italia por ej. Las bicicletas del Itau son indicios de gentrificación. La calle merced está agarrando toda la onda, la gentrificación puede partir desde una iniciativa inmobiliaria o de una embellecimiento cosmetización del espacio público. Esto está muy ligado con el tema de género, porque el concepto de familia cambia, porque ya es monoparental, las personas no quieren familia, es un cambio importante dentro de este concepto. In feeling, como rellenar, concepto que se ocupaba en los 60s en EEUU como estrategia.

¿Cartagena como foco de la gentrificación?

Quizás sea como Washington square en Londres, hubo elites, se fueron, se llenó de personas con menores ingresos y ahora quizás hay una vuelta de empezar a revalorizar el entorno y querer vivir en Cartagena y esta subiendo el precio del arriendo. Hay que levantar información a través de los factores principales que van detonando: Alza en precios de las casas, Alza en precios de suelo, Que tipos de gente ocupa, Elegir viviendas tipo y estudiarlas, Espacio circundante, Ver si Cartagena se está cosmetizando, Corredores de propiedades, ver diarios, Ver si hay planes de municipios, Planificación local, Etnografía, Cambio cultural,

Plan regulador, Tipo de vivienda, Espacio publico.

1.3) Yasna Contreras Geógrafa.

Participante1: ¿Tú eres estudiante de diseño?

MODERADOR: Si, de diseño gráfico.

Participante1: ¿Y estas haciendo como tu tesis, algo así?

MODERADOR: Claro, es el proyecto de título, y llevo ene tiempo porque es estado súper perdida, me dado millones y millones y millones de vueltas, como que un tema me lleva a otro y otro y así me voy dispersando. Bueno, me tome con el tema de la gentrificación, me gusto, o sea no es que me haya gustado en el fondo, pero lo encontré súper interesante, y vi que el diseño no está en absoluto involucrado, y bueno hasta el momento no puedo ver muy bien de qué manera poder involucrar ambos temas, entonces, después de esta investigación para saber de qué se trata el fenómeno, que desde el diseño, no pasa nada, fui entendiendo muchas cosas, una cosa llevo a otra, y quise hacer el proyecto de título en base a esto, pero plantearlo como una especie de problemática, no tanto así como el fenómeno en sí, sino que los efectos, las consecuencias, entonces decidí trabajar con la gentrificación las aplicada a este avance inmobiliario, que como que trasforma un poco la vida de barrio, y se me hizo complicado como te decía mesclar el mundo del diseño con eso, y no llegaba ningún proyecto en concreto.

Participante1: Bueno, como yo no sé nada del diseño y soy súper ignorante, por ejemplo, yo no sé cómo son sus tesis, sus proyectos etc.

MODERADOR: Bueno mira puede ser de todo, puede ser desde un cortometraje hasta un video, hasta una animación, un libro ilustrado, una exposición fotográfica, páginas web, aplicaciones, depende lo que a ti te interese, y la verdad es que con Roberto conversábamos, de que proyecto sacar, y llegamos a la conclusión de mostrarle a la gente, porque no lo conoce, mostrarle a la gente que es la gentrificación, entonces escogí el barrio la chimba, ahí te quería preguntar a ti si es que lo escogí bien o no, necesito un barrio que este como en vías de poder gentrificarse a futuro, que no lo esté por completo, como por ejemplo el barrio santa Isabel.

Participante1: Oh es que yo haría otra cosa, haber primero, teóricamente deberías saber que no existe un consenso que avale el fenómeno ,que es proceso, entonces tu tienes que asumir tu propio concepto de gentrificación , entonces tu podrías decir (estoy inventando)lo que yo en función de la literatura observe y las discrepancias que hay en la literatura para ver que se concibe o no como gentrificación ,yo desde el diseño voy a asumir que la gentrificación es un proceso que además de ser socio residencial ,cierto,(no se escucha) rico etc. s yo lo voy a ver desde lo que para mí el proceso además va a significar , además de este recambio socio espacial , como se expresa en el paisaje ,yo desde el diseño lo voy a interpelar ,voy a cuestionarme que lo que es gentrificación ,es solo porque llegan torres en altura, no necesariamente, si es que tu analizas cual es el sujeto social que se fue, el que llevo.

MODERADOR: Claro, es algo más físico.

Participante1: Pero por ejemplo, yo te puedo mandar un artículo que nos aceptaron en la revista AUS y en otra la JAVERIANA , los dos salen como a fin d año publicado ,dado que me contaste como se puede hacer esto, es un aporte para mí misma ,yo pondría como en atención lo que nosotros con el Bladimir (sociólogo) pusimos en un artículo ,lo que aparentemente es gentrificación que es La calle Italia donde el diseño , galerías de arte, tiendas que dicen diseño ,o sea hay un lenguaje que se expresa en la fachada y luego está el barrio concha y toro ,que es lo otro donde nosotros hablamos que es un proceso en latencia ,porque si hubo un momento en donde la fachada se mejoró , y hoy día como que el deterioro en la fachada ,en la forma de ocupar el espacio es lo que imprime, entonces , o tu puedes decir lo que para todo el mundo en su lenguaje espacial es gentrificación , es Italia , y todos interpretan dice si es (no se escucha minuto 4 :56) versus independencia, donde también nosotros hicimos con el Nico que es uno de los alumnos que está haciendo su tesis , donde nosotros observamos la latencia del fenómeno pero expresado de otras manera ,desde el desplazamiento de los sujetos sociales, y lo que domina es el deterioro , pero si tú lo vez , yo creo que tú lo leíste, hay un autor que se llama NEAL Smith que habla del rol de los artistas , hay un artículo de los 90s del museo y las galerías de arte que habla de todo esta cosmetizacion de las cosas , si yo lo miro desde lo que tú haces, desde tu disciplina , yo siento que Italia te sirve mas.

MODERADOR: Si cierto, ese es un barrio gentrificado absolutamente ¿Y Lastarria? ¿También podría ser?

Participante1: No, para mí Lastarria no, no coincide en la tesis doctoral porque para mí Lastarria, yo escribí un artículo el antiguo cinturón de la ciudad ,que la había trazado Vicuña Mackenna en donde convivían obreros con pequeños profesionales , entonces , hay en el fondo muchos usos productivos , comerciales, incluso talleres mecánicos o artesanos, se fueron porque lleo un mejor pagador del suelo ,que juega con el diseño, que juega con la fachada, que juega con una estrategia de marca como la marca barrio Italia, ya y además con un gobierno local que apuesta en trasformar esa calle ,entonces si hay desplazamiento , hay hubo desplazamiento de personas de bajo ingreso ,o uso comerciales que podían pagar quedarse, que el hecho (no se entiende 7:34)es que algunos artesanos que nosotros entrevistamos en la calle Caupolicán ,o en Italia , no pudieron quedarse, o algunos Vivian y arrendaban la casa y la otra mitad era el taller artesanal , pero ahora tú vas a Caupolicán y son como puros artesanos que se gentrificaron en el fondo, que no tenían otra opción que aumentar el valor de lo que ofertan , el gobierno local los apoya , con el mejoramiento del espacio público , entonces yo siento que a lo mejor tu podrías usar Lastarria y Italia, pero no te quedes con lo que yo te digo , puedo estar equivocada ,como dos es zona de la ciudad modificada cosificado, em donde en ningún caso se dice que hay gentrificación ,pero en el fondo te puedo mandar mi tesis doctoral pero no me creas todo lo que te digo porque hay otros que dicen , hay Cristian Matus ,te puedo traer in libro que dice que si hay pero para mí no , y yo encuentro igual que cuando la gente hace un análisis de lo que se puede y lo que llega es como súper simplista en dice porque solo hay (no se entiende min 8.41) por lo menos en lo que es el resto, juega con la renta alta, con la renta al suelo, pero independencia.

MODERADOR: O sea porque te lo digo, porque yo tenía esta inquietud.

Participante1: ¿No va de la manifestación del diseño?

MODERADOR: Claro, y me di cuenta de eso po.

Participante1: No muestra tanto los espacios ,sino que los sujetos sociales, en cambio , yo siento que como tu trabajas con el diseño em, puedes usar estos dos lugares ,donde existe una expresión en el espacio, que no creo que valla a ocurrir, y si ocurre va ser muy puntual, salvo que yo este entendiendo mal el diseño.

MODERADOR: Va por ahí, imagine que yo llevo estudiando ya cuantos años y recién ahora vengo a entender que mi rumbo es claro, es ver este asunto de la gentrificación por el lado de la cosmetización de la calle del barrio, claro y no del asunto inmobiliario, entonces, me pegue un tour ahí en independencia a ver porque encontré un mapa que estaba ahí hecho con los lugares como patrimoniales, populares que aún quedaban y se resistían a morir, y bueno entendí que estaban un montón de torres construidas, que ya casi que hay casitas como en la película UP, que están entremedio de una pared gigante de puros edificios, también me di cuenta que eso convive con estos lugares que son súper populares, y bueno me di cuenta también que hay una gráfica también que rescatar. Es que sabes que tienes razón en eso estaba pensando en el diploma de tipografía de Roberto, y yo trabajo en el barrio independencia en el cuadrante Maruri, eh Ibaseta, y tienes toda la razón que, sería bien interesante eso porque en el fondo vez a través también del diseño, del letrero, hay una resistencia a lo que bien que es inmobiliario en el fondo, pero es un lenguaje del diseño muy distinto al otro que es más chic, pero si sabes que es bien interesante lo que me dices. Entonces, tu eres geógrafa cierto, también iba para allá vamos, lo que pasa es que a mí siempre me ha gustado el tema de la cartografía, lo encuentro bien chori, entretenido, pero en diseño eso no se toca al menos la carrera acá no.

Participante: Pero tú sabes que los diseñadores en Estados Unidos.

MODERADOR: Me he dado cuenta que hay diplomados de diseño cartográfico y ahora que me metí a buscar, lo encuentro pero hui hermoso, me encanta, y se me ocurrió una idea no sé si está muy descabellada, pero te quería preguntar claro, personalmente desde la disciplina de la geografía, o como se ve esto, en que ámbito, me gustaría como cartografiar en el fondo, estas historias, de la gráfica de estos lugares que te comente, de esto lugares que se resisten a no morir.

Participante: Bueno en todo caso en Italia si tú vas a la historia, también Vas a encontrar formas de resistencia, de hecho hay algunos letreros que quedaron de lo que se resistió a algún cambio, versus lo más estético, lo más chic o más vanguardista, o el juego del pasado en el fondo, simular algo que no está a través del diseño, lo encuentro muy interesante, súper interesante

MODERADOR: Y a tu juicio, será posible crear este tipo de mapas que yo imagino en mi cerebro, para tangibilizarlo pero.

Participante: Corres un riesgo con el mapa, en el sentido que puede ser una estimuladora del proceso de gentrificación, (no se escucha min 12:13) en independencia, pero te estoy jodiendo en el fondo.

MODERADOR: Bueno la idea es evidenciar algo que nadie ve, espacios que no se ven, espacios históricos que están ahí como medios perdidos en la oralidad que en realidad nadie, Es llevar un mapa a algo oral.

Participante: No claro, o sea pero también en Italia vas a encontrar un mapa de resistencia también, lo que pasa es que es menos visible.

MODERADOR: Claro es que esa es la preguntante, ¿Que elijo?, un barrio que este gentrificado como decíamos, barrio Italia, de esa forma, o uno que claro pueda que este como ejerciendo un poco de resistencia ante el avance inmobiliario.

Participante: Pero yo entrevisté gente y si hay formas de resistencia, lo que pasa es que yo me concentro más en lo residencial, en lo social entonces se me escapa verlo desde el diseño, pero si en el fin de semana estaba sacando unas, fotos que me faltaban para un artículo y ahí me di cuenta que había un lenguaje expresado en la fachada que antes no lo había visto, que quedaba de un pasado que ya no es, pero también el diseño actual se apropia de lo que no está, o simula lo que no está.

MODERADOR: Sipo, en el fondo las cosas como que no tienen esencia como que es todo un asunto bien comercial.

Participante1: Es muy interesante compararlo, es que no sé cómo estoy pensando el mapa.

MODERADOR: Parte de la base de que yo nunca he hecho un mapa y que a lo más tengo enciclopedias que me compro en la feria porque las encuentro hermosas, porque yo digo claro, como ,yo digo mapas cartografías y todos piensan de inmediato en la superficie por ejemplo la piojera por decir algo ,la piojera igual subió lo precios, como que lo sabe , una quinta de recreo X en cualquier parte , un bar , no quiero como cartografiar en el fondo la superficie de bar , sino que más que nada, llevar este mapa al espacio del entorno, el inmobiliario , la gráfica ,las tipografías , las historia que hay detrás contada de esos elementos.

Participante1: Tú vas a ver los grafitis que hay en indecencia formas de resistencia , o lenguaje (no se entiende min 14:28)peruano boliviano, que también son señal de resistencia de distintos sujetos sociales , si ahí pasa de todo , o sea yo no me imagino, no logro entender lo que me quieres decir con el mapa pero lo primero es que no se yo hubiera construido como un libro de las formas de resistencia de los lugares que ya están gentrificados y los que están en vías pero de maneras bien distintas , porque en la zona de independencia fue ,se conformó como el patio trasero de la ciudad ,entonces no tiene la misma connotación que Italia, que está en el inicio (no se entiende min 15.08)entonces no creo que independencia halla lo que hay en Italia, o Lastarria, lo dudo.

MODERADOR: Entiendo, sería más valioso rescatar lugares que estén como en estas condiciones que están mucho más latentes a ser.

Participante1: No no, yo tomaría los dos casos como un contrapunto , como dos formas , lo que tú me dijiste mira, desde los letreros , los que persisten en independencia, los almacenes porque hay unas bien bonitas ,la misma cuestión y toda la remodelación que hicieron en esta calle donde está la ,para comer mote con huesillo.

MODERADOR: A si fui a tomarles foto ahí eso está absolutamente cambiado, es otro lugar.

Claro o la entrada de los pocos cites que existen en el lugar, entonces hay lenguaje de resistencia , entonces lo que haría sería un libro de los lenguajes de resistencia, y tal vez tú lo que puedes hacer , sobre la superficie tu podrías tirar u cartel de los lenguajes de resistencia en un caso y en el otro , porque en Italia te va costar encontrar donde están las resistencias , y yo lo que haría escogería calles ,MARURI es una calle súper interesante para analizar desde donde está la PDI general Borgoño hasta Santo Dumon del barrio Italia , la calle Italia , y vería que lenguaje hay ahí del pasado , lo mismo en Maruri, otra calle ,Icarte puede ser, no tengo idea , pero donde tu veas formas de resistencia en dos barrios donde se supone que tu veas gentrificación , donde tiene una manifestación del diseño de manera distinta, una como forma de resistencia, otra como colonización, que colonizo el barrio ,pero detrás de eso cuando tu entrevistaste a la gente, vas a ver , las formas de resistencia como se expresan a través del diseño , hazlo primero, y después vez si es un libro , o es un plano.

MODERADOR: Claro primero recopilar esa información, y mi idea también era preguntarles cual era el lugar en donde era como acto llevar a cabo un proyecto así po, y si me lo has aclarado un poco , o sea además de otro barrio , Italia, yo tenía pensado Lastarria, pero, me gustaría leer lo que tu planteas para ver.

Participante1: Los mismos cafés que tu viste, en los 60s estaban lo que pasa es que ahora están más remodelados, la misma clase social, incluso yo hablo como del filtraje social hacia abajo, incluso la gente que llega ahora es más pobre que los anteriores, o sea al contrario de la gentrificación.

MODERADOR: Como una des gentrificación.

Participante1: Pero eso no quita que gente con capital cultural y que va buscando el símbolo de estatus , un símbolo de la diferencia, por algo las tiendas se remodelan con un diseño especial si , dicen que cuando el diseño llega a un lugar ,cuando los artistas llegan a un lugar se va gentrificar, y eso es lo que ha ocurrido en Italia, lo que pasa que en Lastarria siempre ha ocurrido ,en el momento de la dictadura no había nada , porque era la dictadura , antes la dictadura era el paso del encuentro político , entonces en la dictadura el barrio se deterioró, pero desde que llegaron , no fueron más pobres los anteriores , ni más ricos que los anteriores , fueron o iguales o más pobres , incluso en términos monetarios , pero no de capital cultural , por eso el barrio tiene, por algo tenemos el GAM ,entonces depende lo que tú quieras mostrar, las formas de resistencia , frente al proceso de gentrificación que están accoriendo pero que se expresan de manera distinta en el diseño ,de la historia, de los carteles , que se yo, desde la tipografía ,y otros ya llegaron a un proceso donde nosotros decimos con el BLADI, que es una cuarta etapa, ya se consolido ,ya se trasformó todo el espacio, de hecho , después de Caupolicán me llamo la atención que yo tengo fotos de varios momentos , que ya las casas están todas gentrificadas, y juegan con la fachada , se juega con el interior de los espacios, los colores, el verde, los logos ,ponte tú , donde están las bicicletas justo en santa Isabel con Italia, hay un logo del municipio ,que es un ejemplo de como el municipio se posiciona el en proceso de gentrificación ,entonces yo siento que tienes arto

MODERADOR: Pero ahora está tomando forma porque te juro que he estado como bien dispersa recibiendo información de hartas partes, ¿Y alguna bibliografía que tenga que ver con esto?

Participante1: David leit, el que te va hablar es Harvy, te va ayudar la Sharon Suqui, tienes que leerla, la jean ljeicom.

MODERADOR: He leído arto de la gentrificación, pero no como del punto de vista de la cosmetizacion, sino que más bien como del otro.

Participante1: Es que tienes que buscar en revistas como ,tienes que buscar en revistas como urban study,en la city, tú tienes que colocar como, urban designe, gentrification, y ahí te va salir gente que habla desde el diseño, yo no tengo tiempo de aquí al domingo, pero si el domingo tú me escribes, te puedo mandar algunos, pero tu ahí solita pones, gentrification, urban desinge, o gentrification and designe, o comodities, make up, y ve lo que te sale, vas a encontrar que hay un mar de gente que escribe de ese tema, trata de poner maps or gentrfication, y te salen los mapas que yo creo que tu andas buscando, más o menos salen.

MODERADOR: Como un mapeo de la resistencia, cartografía de la resistencia.

Participante1: Mira pones, gentrification o maps and resistance, y te va salir arto.

MODERADOR: Súper, yapo te pasaste.

Participante1: Bueno espero haberte ayudado.

2 Entrevistas a los locatarios del barrio

2.1) Reparadora de calzado, Armando. Amunátegui 840

Entrevistado: Miguel Oyarzún.

E: Con respecto a la historia del lugar ¿cuándo se inauguró el negocio?

M: Llegó mi papi el año... saque la cuenta, 60 años atrás.

E: ¿Cómo nació este lugar?

M: Mi papi empezó a trabajar en la reparadora. Porque era bueno esto ¡todavía es bueno!

E: ¿Por qué escogió este rubro para emprender?

M: Porque le iba bien. Él antes le ayudaba a un hermano de él , que era más viejo y lo llamaba en un local que tenía más allá en huérfanos...(todos murieron ya poh!)... y lo llamaba que lo fuera a ayudar... que mi taita le hacía toda la pega, esto fue en el año 50' y de ahí llegó pa acá.

E: ¿por qué escogió esta ubicación?

M: Porque se le dio la oportunidad, caminado por aquí.

E: ¿Qué había alrededor antes?

M: (...) al lao habían restaurantes, zapaterías, aquí habían restaurantes, al frente la botillería, va! los carabineros, estaba el terminal de buses, aquí era un territorio muy bueno, aquí parecía un verdadero paseo todo el día... ahora no poh! a las dos de la tarde muere, parece un día sábado porque se llenó de edificios (...)

Y las otras que venían harto, eran las cabras de Gustavo Mendoza, las que trabajaban ahí ¡venían to'as pa' acá poh! ahora quedan algunas no más, están viejas ya po.

E: ¿Dónde es eso?

M: Ahí pasao donde esta el municipio, ese era todo terminal, pa las otras calles: Gustavo Mendoza, pa allá pa... todavía quedan casas, estaban llenas de esas casas. Y del terminal venían de todos lados, hasta de Iquique con bolsas de zapatos a'onde mi taita, si mi taita andaba con 600, 400, 500 lucas en los bolsillos. Mitatia ganaba plata. Esta cuestión estaba llena aquí.

E: ¿Cuál es el nombre de este lugar?

M: Armando, pero no le pongo el cartel porque estoy haciendo los papeles pa' cerrar la asociación porque la inspectora....

E: ¿Usted es el único que trabaja acá?

M: Sí yo heredé esto.

E: ¿qué productos se ofrecen?

M: De todo, pongo tapillas, pego suelas, coso zapatos, hasta carteras arreglo de repente.

E: ¿Cuál es la relación con sus clientes?

M: ¡Buena! Chacotero, de repente llegan abuelitas rabiosas y yo les sigo el amén. Con mi taita llegaban todo el día a echar la talla ¡les gustaba mi taita! Él era dicharachero, humorista, ayudaba a la gente. Venían unos compadres que no fueron ni a su funeral de él cuando murió. No fueron ni a verlo y aquí mi taita los invitaba a almorzar, les daba plata para el almuerzo, pal trago pa las chelas y ahí se ven los amigos.

E: ¿Y usted sigue teniendo los mismo clientes que tenía su papá?

M: Si pueh, llegan abuelas con bastones aquí que cuando supieron que él murió se desconcertaban y se ponían a llorar. Es que años po! Hay un abuelo de por ahí que anda paraito y vino a preguntar por mi taita: “-¿oie y como está su taita?” – ...tiene como 89 años ese caballero, se sentó y me contó la historia de él. El hacía 50 años que había llegado ahí, y de hace 50 años que le arreglaba zapatos.

E: A qué edad murió su papá?

M: Casi los 80s

E: ¿Cuáles son los obstáculos que ha tenido que enfrentar para mantener vivo este negocio?

M: Yo trabajo algunas horas no más porque tengo mi clientela, que ya sabe los horarios y llega. En estos momentos ha tenido suerte porque han llegado a cada rato, cuando hay harta pega me quedo una hora más.

E: Y los trabajos los entrega el mismo día?

M: Al momento. No soy na de esos que dicen: -¡oiga! Venga pasao’ mañana, el otro lunes. Estos me llegaron ayer y yo recién vengo llegando. A estos les faltaba la media suela de goma y la tapilla. Esta sale 3 lucas. Esto le sale 10 lucas pal centro. Yo le cobro 8.

E: ¿Cuál es la formula que cree usted hay que tener para mantener con vida un local con tantos años?

M: Trabajando bien. Si usted no hace bueno el trabajo, no va a volver la gente. Cuando hace bueno el trabajo, lo buscan. A mi me buscan. A mi taita lo buscan, todavía lo buscan gente que no saben que está muerto. Yo trabajo igual que mi taita.

E: ¿Usted siempre trabajo con su papá?

M: No... Yo le venía ayudar no más. Si yo era independiente, o sea, trabajaba en otro lao’ y en la mañana le venía a tirar la cola como se dice porque tenía cualquier pega, le ayudaba, y yo era rápido también, si él llegó a decirme ¡oye te pasaste pa’ ser rápido y detallista! Él tenía maestros aquí y les pescaba la suela y se las hacía tira (...).

Esa se llama máquina parchadora, esa... cuando trabajaba con mi taita, cuando era chico, pasaba de la escuela, me daba los trabajos de esos y yo me quedaba con cualquier plata.

E: ¿Cómo considera usted que ha cambiado el rubro con el transcurso de los años?

M: Al 50%, cuando llegaron los chinos, nosotros pensamos que iba a morir la reparadora, todo lo contrario, porque lo chino lo usaban dos veces las personas que compraban y venían pa’ acá y les cambiaban la tapilla, cualquier cosa, dos, tres, cuatro lucas. Los chinos ayudaron mucho al rubro y como le digo la clientela se mantiene aquí. Viene aguelas de 70s, 80 años, toas las edades.

E: Pero igual han cambiado los vecinos con tanta torre?

M: Se han muerto todos los vecinos.

E: Pre viviendo más gente acá no ha habido aumento de los clientes?

M: Si si igual ha bajado sus buenos clientes, pero no como antes, porque antes existía el gabinete aquí al frente y se llenaba de gente, Mi viejo se levantaba a las 6 de la mañana y las colas iban para allá, y las minas como se dicen con taco alto, con mini que se yo, los tacos venían aquí y se le llenaba rápido, todo se hacía al instante. Antes se usaban las tapillas de aluminio, unas redondas con dos hoyitos se ponían. Se usaban otros materiales, él usaba ruedas de vehículo y cortaba y colocaba tapilla. Porque cuando él empezó era pobre, bueno...;siempre fuimos pobres! Y después ya se fueron modernizando al igual que los materiales. Estas se usan ahora, las tapillas especiales, estos va metido en el taco, es la base.

E: Que es lo que mas disfruta de este oficio? 17:56

M: El momento de estar aquí. Porque es relajao y trabajando solo es más relajao. Aunque está mi taita ahí, está mi nieta.

E: Recuerda alguna anécdota que haya sucedido en este local?

M: Hay miles de anécdotas. Por ejemplo una vez vinieron una vez unos gays, vestidos de mujer, hermoso! Asi los tacos. Y con mi taita se enojaron y empezaron a gritar y yo les dije: -¿qué les pasa a los chuchusumaires? Pesqué la cuchilla y los seguí pa allá. Pero gritaban como barraca, porque le tiraron una moneda a mi taita. Y así como pasaron miles de anécdotas. Aquí ha habido momentos muy felices y muy angustiantes. Cuando entraron a robar acá también. Por eso pusimos esa puerta de fierro. ¿Y qué se llevaron? ¿Sabe lo que se llevaron? No se llevaron nada, dos botas nuevas de cuero que habían mandado a arreglar, era bonitas. Tenían como 80 lucas cada una, estaban colgás ahí. Y nada más llevaron, esa fue una polola que tenía mi papá.

E: ¿Cuáles son sus proyecciones a futuro con este local?

Yo lo quiero mantener pero... la municipalidad me está leseando mucho y parece que lo voy a tener que cerrar. Yo quiero seguir aquí pero tengo otros proyectos también. Tengo una hijo que es ingeniero y quiero emprender un negocio en otro rubro, es la idea. No es porque yo quisiera, es porque las circunstancias lo piden.

E: ¿Qué hay arriba de este lugar?

M: ¡Cajas! Como cites donde viven los peruanos. Es que arriba era muy lindo, era pura platería. A los dueños yo les ayudaba, imagínese tengo 55 años y yo venía cuando chico pa acá y la señora me decía, yo de 12, 14 años: -¿Me podí ayudar a limpiar unas cositas? Y yo les iba a ayudar porque me tiraban la gran plata y yo después me iba al persa que existía antes ahí en Balmaceda, al persa tradicional que era como feria y yo me compraba cuanta cuestión. Esas puertas grandes que son las mismas que estas, yo se las pintaba a la señora y me pagaba pero cantidades. Gente con mucha plata. Y ahora quedó el cabro que me está arrendando, pero mi taita no pagaba. Y si llego a un acuerdo con este cabro podría emprender en otro lado, pero el taller da plata. Porque yo llego con 1 peso aquí y a veces me voy con 25 lucas o 30.

E: Usted cobra un abono antes?

M: Si, ahora yo cobro abono o déjeme los pagueos. Porque yo la otra vez boté sacos de zapatos. Es que mi taita era tan buena onda: -¡No déjeme los pagueos no más, después me paga!-, trabajaba distinto a mí. Yo soy care' palo. A veces me dejan los zapatos: -¡Ya mañana los vengo a buscar!-, y yo les digo: -¡espere, espere, espere! Tiene que dejarme el 50%- (...) Y se los hago al tiro, yo soy rápido pa trabajar, no soy na como los del centro que no le trabajan a la vista. Es diferente mi trabajo con los de allá. Yo coloco una tapilla alemana (...) le coloco los tacos, le dura hartito, pero si se les cae ahí yo se los coloco de nuevo y no les cobro. Allá no poh, se les cae afuera y chao! Yo pienso que esta es una reparadora del pueblo.

Claro, porque hacen entrevistas de los completos, los sombreros ¿de que mas? ¡Tantas cosas! De las empanas, y nunca le han dado prestigio a una reparadora de calzados, ni en los diarios y ni en ninguna cuestión.

Imagínese que esa cosita, más de 40 años que está ahí. Hay boletas del año 50, cincuentito.

Mire si ahora yo mandé a hacer un letrero grande, pero no me gustó. Y no lo puedo sacar porque me pasan parte. Ahora ellos son los dueños de las calles y de los locales, toda esa onda, no le dan la opción de emprendimiento a uno, de colocar cosas para vender.

Los mismos letreros chiquititos esos, tienen cualquier año, porque esos los hizo mi taita con papel ¿ha cachao? Todavía yo no le saco el papel después de 20 años.

2.2) Peluquería Morandé. Morandé 759

Alfonzo Henríquez

Moderador Eh ¿cuando se inauguro este local?

En los años 10 maomenos” .

Moderador No me diga.

La historia mía que yo tengo, mire yo le compre a un caballero que llevo el año 38 ,Y el otro caballero que.. le compro al otro caballero ese era el mas antiguo entonces pongámosle 15 años que allá estado en otro lado.. pongámosle 1910 si.

Moderador tremendo un montón de tiempo la verdad. bueno en ese tiempo.. ¿usted es el dueño acá? ¿ Es uno de los propietario uno de los dueños digamos?

El dueño el dueño

Moderador ¿Pero usted no data de esa época ? jajaja.

No por supuesto que no, eh no yo llegue el año 96 aquí

Moderador Acá a estas dependencias digamos, y la peluquería maomenos...” aah ahora entiendo todo, usted le compro la peluquería

Si Al otro caballero, al otro dueño que estuvo anteriormente que yo, llevo el año 38 y el le compro al

otro caballero la peluquería italiana los derechos, antes se llamaba el derecho de llave , ahora se compra el entorno nomas, igual se llama derecho de llaves , pero resulta que ahora no se usa

Moderador Pero ¿usted trabajaba en otra peluquería antes?

En otro lugar

Moderador¿Siempre en el mismo rubro digamos?

En el mismo rubro

Moderador Mire que bien

De partida yo soy, en generación soy el cuarto de la familia. Que somos peluqueros.

Moderador No le creo el cuarto ,y ya de ahí con sus hijos que le apuesto que se perdió la tradición

No todavía no, todavía no porque tengo un hijo que quiere seguir

Moderador A qué bueno mire, si porque me ha tocado hartas gente que me dice no mi negocio se va perder porque

No mi familia tiene como 3 peluqueros.

Moderador A entonces ahí usted a evangelizado a las futuras generaciones.

Claro ,no no, En ese detalle yo me he preocupado que no , que la peluquería el día que yo me valla , siga

Moderador Si ósea el legado

Si, está enclavada de que tiene que seguir tal cual como esta.

Moderador Tal cual exactamente, si pue, si se moderniza después no, pierde la gracia po ,esa es la cuestión.

A no ser que ya el edificio cambie, porque está muy rápido lo que es demolición, porque el dueño del lugar, el dueño del edificio , son conservadores ,son españoles, así que por ese lado no creo que se deshagan muy luego del edificio, aparte que aquí el edificio ha durado arto con los temblores.

Moderador Si pues ,por lo general se deterioran y ahí pa la casa nomas.

Porque aquí el edificio del al lado se deterioró con el terremoto del 2010, se deterioró y se fu abajo ,lo demolieron .

Moderador Esa cosa fea que está ahí fjiji. Pero bueno, este es un buen contraste entre el que está al lado.,bueno y cuénteme ¿cómo eligió este rubro usted para?

Por mi papá.

Moderador Ah Por su padre fue heredado.

O sea eh, el oficio, somos tres peluqueros que vamos quedando, ya mi papa colgó la tijera por la edad , tiene 89 años.

Moderador Mire que longevo, tiene pa rato entonces.

Si , ese es una recopilación de..de la familia.

Moderador Si pue, y bueno usted eligió este lugar físico en realidad ¿por la tradición?

Por la tradición, porque mi papa era amigo del dueño de acá, el que era dueño de acá, y el me traspaso a mi para que comprara el .. el local

Moderador Muy buena idea, muy buena adquisición .Sabe que, de afuera no se ve, pero el nombre de la peluquería ¿cual vendría siendo?

Morande, Peluquería morande

Moderador Y Bueno ,¿eso es solo por el nombre de la calle ?

Superficialmente en todo caso, porque nunca le he patentado el nombre, porque hoy en día el comercio está muy plagado, las municipalidad y todo lo que se requiere es plata, entonces como yo he formalizado bien la clientela , no hay para que hacerse más propaganda.

Moderador Claro ,no hay necesidad de hacerse más publicidad. En el fondo es como; ¿dónde va? : a la peluquería Morande.

En un tiempo estuve yo sometido a hacer propaganda, pero no,.. unos caballeros que le llaman inspectores , me quiso sacar un parte porque tenía unos letreros, unas letras de, unas letras hacia abajo ,por los dos lados.

Moderador No le creo, pero y ¿porque si es su espacio?

Es mi espacio pero, es que ahora no respetan esos espacios, ahora no respetan la vista ,a 150 metros, si uno tiene visibilidad del letrero ,te cobran, ese es nuestra realidad en estos momentos, que a veces uno no se da cuenta pero si ,la autoridad cobra.

Moderador Si pues ahí hay que sacar plata de cualquier forma

Si, a como de lugar, entonces yo.. yo por mi lado ,gracias a dios no me, no me atrae mucho la propaganda, no me atrae clientela, no es necesario.

Moderador Si, más que nada yo me imagino que la fidelidad de los clientes es la confianza.

Acompañándome con las manos nomas ,

Moderador Exactamente.

Lo demás está todo bien.

Moderador Y ¿quién más trabaja con usted ?¿solo los dos?

Tengo otra persona pero, viene el puro día sábado.

Moderador ¿El sábado también abren?

Si hasta las dos.

Moderador Medio día.

Y viene harta gente también el día sábado.

Moderador Y ¿vienen por parentesco? ¿Son familiares, amigos de toda la vida?

Amigos, colegas.

Moderador Amigos ahí del rubro, del arte de la barbería, Y¿ hace cuánto más o menos trabaja con su parner ahí?

Este, 11 años.

Moderador Ya y ¿cuándo usted abrió?

Era con otras personas de edad también

Moderador A y ahí también colgaron las tijeras.

Eh se fueron pal olvido.

Moderador Shu colgaron todo entonces, pararon la pata en el fondo.

En el fondo este oficio, el que le toma cariño al oficio, se enamora del oficio (no se escucha9:49).

Moderador Si ,apasionados al parecer.

Yo también po, yo también soy apasionado del oficio. Que uno que se jubile ,esta fascinado

Moderador Bueno esta pregunta más que nada, no sé cómo decírsela a usted pero,¿ qué productos se ofrecen más? ,¿ y cuáles son los que más se venden digamos?, me imagino que corte de pelo , corte de barba.

No ,este es un oficio que uno presta servicio a la sociedad más que nada.

Moderador A los hombre digamos, acá las mujeres ¿nada? ¿Solo hombre?

Solo hombre y niños.

Moderador Mire y los niños ¿cómo se portan?

Si Bien si, no, no hay problema, que uno es un poquito más especializado en los niños entonces ya, el carácter de los niños es tan especial que uno se acostumbra, desde jovencito me he especializado en los niños, con harta paciencia, mucha gente dice, pucha ustedes que tienen paciencia, y así es la pega.

Moderador Bueno de lo contrario se queda sin clientela

Me quedo sin pega pue, sin virtudes. Bueno además la paciencia es importante hoy en día. Es un don hoy en día, porque nadie tiene paciencia hoy en día, todo lo más rápido posible, entre más rápido mejor.

Moderador Exactamente, entonces me dice que ¿cortes de pelo, barbería, cortes con navaja?

Todo, todo, lo que sea. Como se dice en el rubro, se hace hasta con los dedos si quiere terminar un corte de pelo, la gracia es hacerlo bien.

Moderador Y ¿usa estos implementos como antiguos o mas que nada se ha modernizado?

Todo, todo ,todo , no no, todo es a lo pasado.

Moderador Estupendo ,me parece muy bonito

Generalmente a la gente le atrae mucho, la gente de edad, tercera edad, porque vuelve al pasado.

Moderador Y me imagino que los clientes que tiene ya son años, y deben estar acostumbrados.

Si, 40,50, 60,70

Moderador ¿Cuál es la relación que tienen ustedes con los clientes?

Amistad, el cariño que se cobijan en uno los clientes, o sea, le dan confianza a uno, se entregan.. o sea..

Moderador Si si le entiendo, le entregan ahí la cabeza y el parloteo me imagino.

Claro el pensamiento, me tienen mucha confianza con uno la gente.

Moderador Y así como tiene clientes de tanto años, ¿tiene clientes nuevos?

Si pues, de paso.

Moderador Gente de paso,¿ se hace como más fiel?, o más que nada, la clientela nueva ¿es media infiel?

Es infiel porque a veces uno eh, uno como que quiere descansar un poco también, pero por eso mismo , bueno si está cerrado acá, van a otro lado ,pero nunca la misma labor que hace uno.

Moderador No pues no, otros lados , otra experiencia .

Son otras maneras de ser, no y además que hoy en día a cambiado mucho el rubro, en el sentido, por no decir otra cosa, entonces que lo que pasa, al menos uno no esta así, como queriendo decir.., siendo por ejemplo que sean amanerados, yo ,la opinión personal mía , es que trabajan muy bien también.

Moderador Claro, pero la clientela prefiera al barbero heterosexual , al barbero convencional digamos, no se va entregar a las manos de un cola digamos.

Bueno nosotros somos un concepto también, se hace a su manera, su expresión.

Moderador Bueno ,¿cuales son sus obstáculos con respecto al rubro?, para poder mantener la peluquería hace tanto tiempo.

Para poder mantener ,Bueno, tener propiedad de lo que se hace, no tomar en cuenta a la juventud de ahora que esta muy...Se expresa muy demasiado luego, tienen mucha alteración espontanea, claro son demasiado..., las expresiones ellas tienden a ser ofensivas , entonces como uno es un poco autoritario se lo toma enserio. Entonces actualmente una persona joven da más problemas que una persona de edad

Moderador Usted dice que ¿ha tenido algunos altercado ahí con sus clientes?

Una vez un joven mal entendió una palabra, y el la tomo demasiado luego, demasiado rápido, y empezó a insultar, entonces no va con uno.

Moderador La tolerancia digamos, ha tenido que desarrollar para no agarrar la navaja.

No no, eso es otra cosa, esta es una actividad muy seria, y se fue el hombre mas enojado. O sea la amargura de él la quiere desarrollar con uno, entonces no, gente que va, y a veces se quieren atender rápido y a veces no, uno no hace la pega muy rápida, entonces ,salvo que llegue una autoridad que diga ;tengo tres minutos compadres para que me corti” el pelo, entonces bueno uno lo hace , uno lo hace y después viene con las calma la persona.

Moderador Claro, oiga pero que mejor que una atención personalizada más preocupado del asunto.

Por eso es que tengo harta gente, por eso es que tengo harta clientela, ahora bueno, los climas van distanciando a la gente.

Moderador ¿Los climas verdaderos?

La gente de edad no sale mucho de su hogar.

Moderador Mire no me había pensado en eso , realmente pues vienen menos, menos frecuencia.

Inclusive las mamás no sacan a los niños, no los llevan temprano, no los traen tan tarde tampoco por eso mismo que, aquí en la tarde es peligroso, por que hay mucha delincuencia si, mucho extranjero

Moderador ¿Eso usted siente que es uno de los obstáculos que tiene que enfrentar a diario?

Mucho que extranjero que, uno como chileno, o sea que la mujer sobre todo, trata de esquivar todo eso, más cuando anda con niños, es tema de preocupación.

Moderador Y por la misma por la misma ubicación que usted tiene ,¿le favorece en cuanto a la clientela, se pega igual el pique?

Si huu Mire yo le voy a decir que tengo la dicha, que vienen de estados unidos a cortarse, de Colombia, Uruguay, Brasil, gente de california, han sido clientes, y como son ehh gente de negocios, eeh son casi la mayoría de la clientela que yo tengo de ese tipo ,son comerciantes ,viajeros, entonces van y vienen cada 3 meces cada 4 meces cada 5 meces ,cada 6 meces.

Moderador Cuando están acá aprovechan”

Y aquí ¡..son de aquí de chile, a lo largo de todo chile, de tierra del fuego, autoridades ,y uno está acostumbrado, don francisco venia para acá también, se entendió mucho tiempo acá , se atendió por los años 60, hasta que se fue a los estados unidos, porque el contrato un peluquero para llevárselo.

Moderador Seguramente tiene que tener una gama de servidumbre, pero no cualquiera le ha cortado el pelo a Don Francisco”

Es que el servicio que a él le hacen son cosas exclusivas

Moderador Exactamente ,más personalizado todavía .Cuénteme además ¿que distingue su local del resto?¿ Con que se publicitaria?¿ que cosas tiene esta peluquería que no le entregan las otras?

La tradición personal, no, la gente viene porque están acostumbrados, un local antiguo les da confianza, la mano de su maestro, de su peluquero.

Moderador Claro todos tienen sus clientes.

Si usted viene un día para acá, usted conocería ya la actividad, es que hay gente que viene acá, mira y observa, y uno está acostumbrado conoce a ese tipo de personas, que vienen a puro mirar

Moderador Los mirones.

Y la gente, las personas, el personaje que viene y le gusta este oficio le atrae mucho.

Moderador ¿No tiene usted unos aprendices?

Si de repente aparecen

Moderador ¿Y vienen a pedirle que le enseñe un par de técnicas?

Bueno yo no, bueno algunas cosas no todas, nunca jamás se le entrega lo que uno ha aprendido toda su vida, ha costado mucho

Moderador No y “pa que “ palumbo venga y le robe sus técnicas.

Yo atiendo al jefe de palumbo.

Moderador No le creo” Mire la ironía de la vida .

Si, viene para acá a cortarse el pelo, pasa temprano ,se atiende , ahora se va a” cachiporriar” a los salones que administra, los del Apumanque ,el alto las condes ,de providencia pa” arriba se va a “cachiporrear”, aprenda, jeje.

Moderador Muy bien, ¿cuál diría usted que es la fórmula para mantener con vida este local en todo estos años?

Conservador, conservar la imagen del trabajo y la vista, la vista física, lo que usted tiene todo acá ,yo desde que llegue aquí no he cambiado nada, a excepción de cosas que suceden , no debieran suceder, pero, se rompe cualquier aparato de cualquier forma ,se repone y ojala como estaba.

Moderador Usted es un visionario sinceramente ,porque hoy en día estos lugares se agradecen.

Cada cliente, cada gente que llega me dice: ¿que haci “para mantenerlo? y yo le digo, es mantener la tradición y tener visión.

Moderador Mantener la tradición en el fondo, que bien,Que bien porque muchas veces mantiene sus locales, pero por una cuestión de que se yo, no están ni ahí con cambiar, y no ven la plusvalía de tener un lugar tan antiguo.

Lo que pasa es que uno, para uno , cuando a uno lo valorizar como maestro, maestro”, no como eh, que valla cambiando cosas que no por que esta es nuestra visual, es nuestras imagen porque , porque resulta de que aquí llamaba a la televisión , diarios, los medios de comunicación, los mirones, entonces quedan con la boca abierta, y yo tengo mucha gente así tal como le digo,

Moderador ¿Tiene que atender? Si yo le espero no hay problema

M: ¿Qué es lo que más le ha dificultado de este oficio?

A: Nada, gracias a dios. EL otro día no más, lo que le estaba contando del cabro joven y qu Han enrado al local a robar.

M: Y otras cosas que no se relacionen con los clientes medios pesados?

A: Una vez un cliente hizo perro muerto. No es frecuente pero bueno, hay que vivir ojo al charqui. Usted sabe a quien conoce y a quien no. Muchos vienen con la siga de que Oye voy vuelvo y le dejan un niño. Uno confiado le corta el pelo, pero se da muy poco, la nada misma. Y bueno, antiguamente dejaban prendas, pero uno ya sabe quienes son esos.

M: Recuerda alguna anécdota simpática?

A: El otro día vino para acá don Ramiro Mendoza, el contralor general de la republica. El mandolino también. Vinieron a hacer una grabación de una película, mi último round y mi último brindis. Y también para el lanzamiento de la nueva camiseta de la U.

Y uno vive preocupao de otras cosas, cuando son malas hay que ilvidarlas, cuando son buenas hay que tenerlas presente. Y cuando suceden lios de falda también pue.

M: Sus proyecciones a futuro con respecto al local

A: Es preocupante porque resulta de que como es un edificio antiguo puede que el dueño del edificio lo venda. Yo arriendo el local, entonces yo digo 15, 20 años más ue esté es bueno. Pero son las terceras personas que no aguantan, de cualquier forma andan ofreciendo plata o lo incendian. Y uno queda de brazos cruzados. Uno quiere que esto lo hereden los hijos, esas son metas que uno supone. Ahora si yo tengo que cambiar el piso, lo quiero remodelar y afirmarlo por las orillas y colocarle ceramica. Pero que sea de este mismo estilo. Y uno le toma mucho cariño a la peluquería. Y le toma tanto cariño a las cosas como a la mujer.

M: ¿Cómo llego su compadre a trabajar aca?

Hace 11 años que trabaja acá. Él llego porque, yo tenía otro colega y ese colega falleció, le dio un pre infarto aquí en la peluquería. Yo le estaba cortando el pelo a un funcionario y me dice que tiene la solución para mi problema de colega. Este compadre se va a la coperativa de carabineros y le dice a Canales, Jaime Canales. Le dice: - Tengo un amigo que tiene una peluqueria y teni que ir altiro a hablar con él. Al otro día salio a trabajar al tiro. Tenemos buena relación, excepto cuando nos dan las locuras no más, a él o a mí. Depende del tipo de problema que haya, porque de todo tiene una calma y se llega a una solución.

M: Como usted llego a ser peluquero y cabinero a la vez? Qué fue primero?

Peluquero. Y despues me meti a la escuela. En los años 64 empecé en el rubro teniendo 16 años. Mi hermano también aprendió de mi padre.

Con él no trabajamos juntos porque yo siempre quice ser independicnte, pero las circunstancias de la vida a uno lo llevan a presentar un ámbito de reponsabilidad, porque yo me crié con mi mamá. Y pensar de que tenía que llevar plata para subsistir. Ahí por el año 64 hice el curso, me puse a trabajar en el oficio, la primera peluqueria que me fui estaba en Franklin con San Diego. Ya no existe, ni el dueño. Yo andube por varias peluquerías, me metía a los 23 años a carabineros, a los 27 años me casé. Y había que surgir,

generando cosas, tirando para arriba. Por eso me gusta la responsabilidad, el orden mismo. En el año 65 me metí a una fábrica de calzado a trabajar, labor de hermano en Santos Dumont 560.

El año 75 yo me metía a los carabineros, me metí a la escuela de suboficiales y quedé como peluquero ahí. Y la peluquería me llevó a grandes éxitos, porque trabajé con gente importante. Con las juntas de gobierno, con el general Mendoza, tuve la oportunidad de atender a mi general Pinochet, a Toribio Merino le arreglé los bigotes una vez. Y era parte de mi oficio porque estos caballeros siempre iban al salón de peluquería a afeitarse.

Pero resulta de que primero está la seguridad del cuartel y después esta la otra pega. Yo ejercí como carabinero en el Sur y en Santiago, estuve en las dos escuelas, de suboficiales y de formación de carabineros. Estuve agregado un año en la 7ma comisaría. Y en los años 90s me trasladaron a la división general, a trabajar con el director de la escuela. Ahí estuve un año no más y presenté mi solicitud para trabajar a campo libre, fuera de los cuarteles y me dieron la oportunidad de irme al sur, Futaleufú. Así que me llevé a toda la familia.

M: ¿Heredó algunas herramientas de su papá?

Ninguna, tenía yo mis herramientas, las siguen a uno por todas partes. Antiguamente existía la Casa Gonela, ahí vendían herramientas originales.

2.3) Cerrajería Susana, dueña

E: ¡Ya! Cuénteme señora Susana, con respecto a la historia de este local ¿cuándo se inauguró? ¿en qué época o año?

S: Uh... si me preguntas año ni me acuerdo, esto aquí lleva 48 años ¡calcula!

E: Y en ese entonces ¿lo inauguró su marido?

S: Claro, él empezó con el local. Pero antes de eso, había una polla acá y después fue local de llaves, porque se asociaron en el fondo y ahí empezó el taller de llaves.

E: ¿Siempre ha sido este el recinto?

S: Exacto.

E: ¿Y cómo nació? ¿Por qué su marido se quiso dedicar a esto?

S: Porque él venía de Temuco, como una historia campesina. Llegó lolo, joven, y llegó a trabajar en los colchones Rossen. A él no le gustó trabajar apatronado. Y él tenía un amigo que trabajaba en llaves, entonces cuando él trabajaba en los colchones, él empezó el fin de semana a ir a ayudarlo de a poco, de a poco, hasta que se lo prendió poco, y cuando él se lo aprendió, él quiso trabajar solo. De hecho, él dice que cuando empezó no tenía llaves, no tenía nada. Empezó con una maquinita manual, que todavía la tengo en mi casa, esas que tú las giras. Así empezó, hasta que juntó y empezó a juntar plata, el capital el capital, hasta que llegó a comprarse una máquina. Y dentro de un año o año y medio ya tenía su máquina, que en el fondo era otra que se nos echó a perder, igual a esta, pero él trabajó con su máquina propia.

E: Y ¿por qué habrá escogido este rubro en particular? ¿alguna herencia?

S: Porque lo aprendió por el amigo, este niño trabajaba el día sábado y domingo, le trabajaba al papá, entonces él lo invitaba a que lo acompañara y así aprendió, mirando po', si esto se aprende mirando, son oficios.

E: Sí, muchos de otros locales han aprendido así

S: Pero que de los otros locales, mira yo te voy a decir que después de este local, todos los cerrajeros que tu vez por ahí han salido de este local. Porque este fue el pionero, y todos los cabros han trabajado aquí. Yo te puedo decir que el Andrés trabajó aquí, el hermano del Andrés que es del otro local que está allá, que son como 5 hermanos, los 5 trabajaron acá. Mi marido le enseñó a ellos y le enseñó al otro caballero del otro lado, al del metro Universidad de Chile.

(Cliente)

E: ¿Sabe usted como él escogió acá? ¿esta ubicación?

S: Porque era Polla antes, y era amigo del caballero que le digo yo de aquí. Fueron amigos en parranda y toda la tontera, si así se conoce la gente. Entonces el caballero aquí tenía los dos locales, después como se le fue la gente que le trabajaba a él acá, le pidió a mi marido que le viniera a ayudar. Y el vino, generoso y después se asociaron porque él quiso poner su taller de llaves, fueron socios acá un tiempo. Después ya... lo traspasó a nombre de él. Así empezó.

(Cliente) ¡A ver! Deja verla primero, no de estas no hay en ninguna parte, anda perdida. Búscala en el metro Universidad de Chile si es que ha llegado. Porque han estado toda la semana perdida. Estamos esperando que llegue el embarque de este tipo de llave. Es que ahora traen de Colombia las llaves, porque quebraron las fábricas acá po'.

E: ¿Antes se hacían acá las llaves?

S: Acá po'. Todo lo que es paleta, porque esto no es llave, es es paleta. Una vez que está hecho es llave. Esas se hacían acá, pero ya quebraron todas, las dos fábricas. Es que murieron lo viejotos, que eran los dueños, se quedaron los hijos y se empezaron a pelear la herencia. Ahora traen todo de Colombia.

E: ¿Y la calidad?

S: Mala. Pésima. Se quiebran solas. No sé si tu te acuerdas que antes las abuelitas tenían las llaves que estaban delgaitas, nunca se quebraban, ahora se quiebran. Abaratan los costos po'. Fome. Y después nos reclaman a nosotros, pero no tenemos nada que ver en la calidad, pero la gente no entiende que uno no hace las llaves, las copia no más. Y Ahí empezaron los problemas. Hay viejos pesaos que vienen y la tiran de repente: -¡Oiga! ¡Su llave me duró una semana!-. Y ¿qué le vamos a hacer? No puedes discutirle a la gente, te tienes que quedar callada no más po'. Que ellos no quieren entender, tu les explicas y no entienden.

E: ¿Tiene algún nombre este local?

S: Este local se llama Tío Olivorio, que lo pintamos y se nos olvidó ponerle el nombre arriba. Se llama Tío Olivorio, está inscrito como tío Olovorio.

E: ¿Y eso es por algo especial?

S: Porque la municipalidad te exige, impuestos internos te exige un nombre. Y el tío Olivorio nació de un programa radial que era donde trabajaba la... en una comedia, Hogar dulce hogar, ahí nació el tío

Olivorio. Y mi marido se llama Livorio, entonces ahí lo asociaron y le pusieron Tío Olivorio, pero fue por el programa radial digamos. ¡Todo tiene su historia! (risas).

E: ¿Y quiénes más han trabajado acá además de su marido y usted?

S: Mira, cuando se enfermó mi marido, estuvo mi hijo trabajando. Mi hijo estudia, es universitario, ahora pasó y terminó. Cuando él terminó, coincidió que mi marido se enfermó y tuvo un año trabajando acá, ayudando en el fondo, mientras él se recuperaba y qué se yo. Así que trabajó un año con nosotros. Y los demás han sido maestros. Y después me metí yo, se ha metido mi hija. Cuando yo me operé estuvo mi hija trabajando, el pololo de mi hija. ¿Ve? Una cosa muy familiar. Es tratar de cooperar, pero así de pasada no más.

E: Y por ejemplo a futuro ¿Usted ve que este local podría quedar como herencia a su familia?

S: No. Yo creo que este local termina conmigo, porque mis dos hijos son universitarios y tienen sus carreras ya po', y ellos no siguen con esto. A lo más pienso yo que pueden vender paletas, candados, trabajarlo así, que tengan una persona que les trabaje. Pero como llaves propiamente no creo que lo trabajen. O sea conmigo termina, si yo llegué por casualidad también. Hasta ahí llega el local Tío Olivorio. Es que por algo nos hemos esforzado, para que nuestros hijos estudien para que no sigan en esto.

(cliente)

S: Sr, Universidad de Chile y pregunte el precio primero, bajando la escalera en el metro. Entre 10, 12 por ahí saldría.

E: ¡Tremenda llave esa!

S: Son dos llaves recién llegadas, son otros tipos de máquinas no más po', es que están recién llegadas.

(cliente) S: Mi niña, no tengo de esta la estamos peleando y hace 15 días que no ha llegado. Están todos los talleres sin esa llave. Yo creo que en una semana más. Anda perdía po'. No podemos hacer na'. Esa llave como te digo, la paleta viene de afuera, no tenemos la paleta pa' copiar, si nosotros copiamos, no hay. Hay un Stock de todas las paletas. Andan 3 paletas perdidas, que no han llegado los embarques. Significa que nos quedamos todos los talleres sin esa paleta. Aún así yo de repente en la casa, yo tengo un stock, tengo cajas de estas, cajas de las otras. Pero no me alcanzaron po', las ocupé todas, toda la reserva. La gente no tiene idea. La gente ve todas las llaves iguales. No son iguales. Todas tienen códigos, las llaves tienen códigos, son números diferentes entonces la gente no sabe. Son todas las llaves diferentes. Y tu tiene que saberte los códigos, o sea la persona que trabaja en llaves. Hay códigos que son solamente para candados. Llega una llave de candado y yo sé que es de candado porque se me el código. Entonces la gente de repente dice: - Y ¿cómo sabe que es de candado?-. Por que ya uno se sabe los códigos. Años ya po'. Entonces tu no le puedes explicar a la gente que todo tiene códigos. Entonces eso es.

E: Aparte de las llaves ¿cuáles son los demás productos que se ofrecen?

S: El servicio es copia de llaves. Lo complementa el candado, venta de llavero, de las cositas que le ponen. Antes era pura llave, caja de fondo. Imagínate aquí, mi marido estuvo 15 días en el Valle Nevado haciendo las llaves pa' las puertas. Por que se hace cerrajería, se ofrece el trabajo a domicilio. Arreglar chapas, sacar chapas, hacer cambio de combinaciones y eso se hace en domicilio. Por eso tengo maestros yo que él va a domicilio ¿ve? De repente viene gente de Las Condes y lo lleva una semana a cambiar 20 puertas, 20 chapas de puertas o 20 cambios de combinaciones, entonces también se hace ese trabajo. Y eso es lo que más te

deja, y se complementa con un taller de cerrajería.

E: ¿Cuál es la relación que mantiene con los clientes?

S: Supongo que buena, vuelven. Aquí hay gente de cuarenta años, viejitos que pasan, ya hemos atendido a tres generaciones. Los viejitos que andan por aquí, después vienen los hijos: -¡Ah! Yo pasaba por aquí con mi papá-. Después ese caballero trae al hijo: -¡Ah! Yo pasaba con mi abuelo y mi papá-. Son tres generaciones, la gente vuelve. Depende como tu los trates. Viene la gente me dice: -Aquí es la única parte donde me quedan buenas las llaves-, a pesar que igual de repente te quedan malas una que otra, pero la gente dice eso y eso te da orgullo. La labor la estás haciendo bien. Aquí antes trabajaban puros hombres y cuando llegué yo decían: -¡ah! Que bueno que haya una mujer, que entretenido-.

E: ¿Cuáles son los obstáculos o cambios que ha tenido que enfrentar este local con respecto al paso de los años y a la modernización del entorno?

S: Hemos tenido que enfrentar que nos van a cambiar de lugar, nos van a sacar de acá. Según la alcaldesa, no pueden haber locales dentro ¡después de 48 años! Del sector de la plaza, si tu te fijas sacó a todos los pintores, dejó uno que otro, como para que lo vea el turista, porque todo eso era una línea de pintores, entonces a eso nos hemos tenido que enfrentar. Estamos en la pelea, que a donde nos vamos a trasladar, este es un lugar de copia y tengo que irme donde hay público. Nos querían mandar al otro lado de Mapocho donde allá no tenemos nada que hacer. No sé que va a pasar. De hecho ya sacaron el local que está en el paseo Bulnes y no les importó nada. Así de simple. No les importó los años, imagínate aquí hay clientela de 38 años. Ella pretende que la gente se vaya a sus comunas a trabajar ¿Tu te podi' llevar la gente de aquí a tu comuna? Imposible. Allá tienes que empezar de cero.

(cliente extranjero)

S: ¿Joven? 600 mi niño. No le gustó el precio.

Tú tienes que enfrentarte a ellos, como no tienen plata empiezan: -tengo mil-. Entonces o le dejo la llave o se la quitai'. Yo a veces se las quito y otras veces se las dejo, les digo -Mira por esta vez te la ejo pasar pero la próxima vez-, le explico -que vale tanto- ¿qué vai' a hacer? De repente me da pena poh' si andan con poca plata. Bueno, la llave no se pierde si, porque la ocupas después para un candado que llega para arreglo.

E: Y con el cambio cultural, tanto extranjero...

S: He tenido que aprender ingles poh'. He tenido que enfrentar el cambio de lenguaje en francés, brasileño, inglés e italiano, porque son los turistas que llegan y me manejo algo ¡tanto ver teleserie uno aprende! El inglés se me hace más fácil.

(Llega la vecina a pedirle monedas)

S: Aquí comparte una con las vecinas de al lado ¿ve?

E: ¿Quiénes son sus vecinos?

S: Vendedores ambulantes, ella vende parche curitas. Arranca también de los carabineros, de la alcaldesa y no tiene permiso, porque tampoco te dan permiso pa' trabajar poh'. Entonces esa es la historia, estamos todos en la pelea. Es una selva. Y tu ves gente honrada que trabaja. Los ladrones andan así, entran y salen.

Mira, arman un escándalo, llegan carabineros, llegan furgones, caballos, andarán 50 carabineros, a la media hora, el gallo anda aquí. Ridículo lo encuentro, pa' que diga la gente que los toman. Pero nosotros ya sabemos quienes son. A la media hora andan aquí.

E: ¿Cómo lo hace en invierno? ¿no le da frío?

S: Me cago de frío ¡disculpe! Mira, la municipalidad a mi no me permite poner vidrio, nada. Esto lo tengo de contrabando. Porque aquí el viento que ni te digo. Y tenemos que pintar del mismo color que ellos quieren, poner el color de las blondas que ellos quieren, no hay que poner vidrio.

E: ¿Y cuando llueve?

S: Aquí estamos no más. A veces aquí andamos trabajando con abrigo, gorro, nada más. Yo tengo mi calefactor, mi hervidor de agua, entonces hay que combatirlo.

E: ¿Y en el verano?

S: Me muero de calor porque nos da el sol de frente. No, si no le achuntamos a ninguna. Así que eso es poh'.

E: ¿Qué aspectos usted cree que distinguen a su local del resto?

S: Por la pasá no más. La ubicación, porque la gente pasa dice: -¡ah! Hagamos una llave-. Hay mucha gente que está como transportada en la historia. Pero hay mucha gente que pasa y hace un a llave. Y la calidad del trabajo también poh, si no es llegar y hacer una llave. Es calidad también.

Él trabaja en los diarios, él me hace las compras diarias, las paletas y todo el asunto. Entonces yo le copero con sus diarios mientras él va a comprar ¿viste? Una por otra. Aquí se coopera.

Uno sirve de guía de turismo también. Damos vuelta a Santiago todo el día. Es simpático entretenido estar aquí pero se pasan rabias. Yo he tenido clientes aquí que le han sacado la billetera, los teléfonos y no nos damos ni cuenta.

E: ¿Cree usted que hay una fórmula para mantener con vida un local con tantos años?

S: La calidad del trabajo. No tanto la paciencia, sino en la calidad del trabajo. Acá viene gente de las condes, dicen que en la única parte donde le dejan bien esto y la gente vuelve.

E: ¿Ha cambiado el rubro después de tantos años?

S: Sí, hay cosas modernas, antiguamente se hacían a mano las llaves. Ahora hay maquinas computarizadas que son más modernas que esas. Este tipo de llave que traen con puntos, eso tu la metes en una maquina y eso viene computarizado. Trabaja la maquina y el computador. No tengo idea como es el sistema porque no me he metido en so, es muy moderno. A lo mas digo yo voy a terminar con esto, porque para que seguir con el resto. En metro salvador, arriba, ya hay lugares que tienen maquina computarizada, sale harto más caro, una llave de esas te cuesta 15.000, una llave de auto te sale 200, 120. Esas son las diferencias por el hecho de ocupar computador. Eso es lo que ha ido cambiando, cosa que yo creo que no voy a ver, porque yo estoy esperando que mi hija termine su universidad, que trabaje y yo chao. Ya tengo un hijo profesional, y yo no quiero más. Mi rubro es peluquería, no quiero más que ver con las llaves. Por casualidad me tuve que venir para acá. Tengo todo, la peluquería cerrada. Se enfermó mi marido y hay que irse donde hay mas lucas. Aquí las hay. Mi marido se enfermó de diabetes, le cortaron una pierna, tiene que estar en silla de ruedas, de la

noche a la mañana me vi enfrentada a la máquina y al maestro, o aprendía o lo cerraba. Tuve que aprender. A mis hijos siempre se les ha pagado particular todos los meses y para eso tiene que trabajar. Hoy me dio tanta alegría... a mi hija yo la tengo en la universidad y ella con su esfuerzo se gana las becas de ingles, y habla perfecto el ingles y hoy vinieron unos ingleses que yo no me manejé y ella habló.

E: ¿Cómo ha cambiado el entorno?

S: En 50 años ha cambiado mucho, ya aquí tenemos diversidad de gente. Antiguamente tu ves al caballero lustraito. Hoy en día hay una melcocha de gente, el entorno, los negocios, ha cambiado todo. Antes tu andabas tranquila, ya no puedes.

E: Y eso ¿no le ha afectado?

S: A nosotros no, porque mientras mas gente llegue de todos lados, más trabajo se hace. Aquí llegan en una pieza y hay 50 llaves que tienes que hacer para ese rubro. El cambio del entorno ha sido mucho. Y el cambio viene siendo harán 8 años. Es cosa que vayas hoy sábado de ahí para allá, ves Colombia, Perú, Brasil, es diferente. Al edificio de la esquina le pusimos la embajada peruana porque ya no es chileno. El otro día fui al mercado en Franklin, de repente dejo de ir y me encontré con puros peruanos.

¿Qué es lo que más le ha dificultado de este oficio desde que empezó?

S: Aprenderlo, los código, hice muchas llaves al revés, para mi eran todas iguales. Yo ha ce en 30 años atrás le dije que me enseñara el oficio porque el día de mañana te vai a enfermar porque ya era diabético y me dijo no es trabajo de mujeres. Las vueltas de la vida. A final mirando aprendí con un maestro que me robaba todo.

E: ¿Tiene alguna anécdota en el local?

S: Famosos pasan todos los días acá de la tele a conversar.

E: Ya como para ir finalizando y no dar la lata, ¿cuáles son sus proyecciones?

S: No sé. Tengo ganas de irme, esperar que mi hija termine y ver que va a pasar. Pero no se, tengo que ver el día de mañana que voy a hacer. Puede que cambie el rubro. A lo mejor voy a vender cosas en vez de trabajar. De hecho igual nos van a instalar en otro lado.

E: Eso sería entonces con respecto a la entrevista doña Susana.