

La renovación de uno es la gentrificación de otro: un análisis del comercio en el barrio Franklin¹

Gabriel Espinoza²

Recibido: 19 de febrero, 2020

Acceptado: 14 de mayo, 2020

RESUMEN

El concepto de gentrificación, que puede ser difícil de comprender, abarca cambios en dinámicas económicas, demográficas y simbólicas. Sin embargo, sigue siendo definido ambiguamente y con frecuencia se usa considerando una decisión política más que el reflejo de una realidad económica o geográfica. Este artículo presenta un análisis etnográfico del barrio Franklin en Santiago de Chile. Se enfoca en las operaciones y formas simbólicas de la renovación comercial y sus impactos en la reconfiguración del barrio, para discutir si estos cambios constituyen un proceso de gentrificación.

Palabras clave | *boutiquización, gentrificación, consumo, estudios culturales, barrio Franklin.*

¹ Este artículo reúne resultados de la tesis de Magíster en Antropologías Latinoamericanas de la Universidad Alberto Hurtado, realizada en el marco del Proyecto Fondecyt 1180352.

² Proyecto Fondecyt 1180352. gspinozarivera@gmail.com

ABSTRACT**One's regeneration is another's gentrification: an analysis concerning Barrio Franklin's commerce**

The concept of gentrification can be challenging to grasp and encompasses changes in economic, demographic and symbolic dynamics. Nonetheless, it remains ambiguously defined and its use often stems from a political decision rather than reflecting an economic or geographic reality. This article presents an ethnographic analysis of the Franklin neighbourhood of Santiago, Chile. Focusing on operational and symbolic forms of commercial renewal and their impacts on the reconfiguration of the neighbourhood, it discusses whether these shifts constitute a process of gentrification.

Keywords | *boutiquization, gentrification, consumption, cultural studies, franklin neighborhood.*

INTRODUCCIÓN

El ensayo comienza discutiendo la noción de gentrificación. Esto implica el contexto global del concepto, las especificidades que presenta en el sur global y los fenómenos aledaños, como el de boutiquización. Desde la boutiquización y la dinámica del comercio en tiempos de cambio urbano, comienza la descripción del barrio Franklin en la comuna de Santiago, sector que adquiere relevancia por las operaciones de renovación urbana que, de manera sostenida, se han desplegado en él durante los últimos diez años. Citas, datos etnográficos y una deriva teórica proponen leer la situación de Franklin dentro de un proceso de renovación urbana, con particular ahínco en la transformación simbólica que opera en este contexto. Ello no implica indagar en el tipo de aprovechamiento económico, en el sentido pecuniario, que tienen los nuevos propietarios o inversores de Franklin. Lo que se busca es enhebrar las fibras de la correspondencia entre las prácticas de consumo que han tomado forma en la última década, con la estabilización de una narrativa histórica y los mecanismos que operan para dar al territorio un cariz patrimonial *chic*.

LA GENTRIFICACION, LA BOUTIQUIZACIÓN Y SU DISTINCIÓN

La gentrificación es un proceso multiforme y heteróclito, como el lenguaje. Si en su génesis el concepto se acuñó para dar cuenta de la movilización de personas de clase media a centros de clases trabajadoras, modificando tanto el ambiente edificado como prácticas sociales (Glass, 1964), el término fue adquiriendo matices. Se dio el paso desde denotar clases medias, o grupos profesionales, a referirse a usuarios con mayor ingreso (en términos relativos a los previos) que modifican un lugar e invierten en él (Clark, 2005). Por su parte, la gentrificación se da de maneras diversas en relación a los contextos de producción histórica de la ciudad y las economías allí presentes, con claras diferencias entre el norte global y Latinoamérica (Salinas Arreortua, 2013).

De la gentrificación

En el norte global, la gentrificación se asienta en viejos espacios industriales mediante la acción de habitantes o inversores urbanos con mayor renta relativa a los habitantes previos (Lees, Slater & Wyly, 2008). Tal situación ha permitido la producción indicadores de gentrificación, orientados a medir el cambio demográfico en el comercio (Kolko, 2007; Ley, 1986).

Por su parte, en el sur global, lo que se ha entendido como gentrificación no necesariamente se da en lo que fueron nodos urbanos industriales, como en el norte. Tampoco se evidencian desplazamientos radicales de población ya asentada, o al menos de manera no inmediata (Inzulza-Contreras, 2011; Lees, Shin & López-Morales, 2016; López-Morales, 2013; Sabatini, Sarella & Vásquez, 2009). De hecho, los lugares de gentrificación están en gran medida ligados a espacios patrimonializados de la ciudad (Castillo Gómez, 2015; Delgadillo, 2015; Navarrete Escobedo, 2017; Valencia Palacios, 2019). Esta gentrificación, sin desplazamiento inmediato o sostenido, se ve en el norte global cuando se desarrollan alianzas público-privadas que buscan mejorar las condiciones ambientales de la ciudad (Eckerd, 2011; Ersoy & Lerner, 2019). Sin embargo, como señala Rapoport (2000), la gentrificación, o las gentrificaciones, y sus procesos, son mutables y siempre dependientes de otras condiciones que ajusten su estabilidad. Y cada contexto, tanto valores históricos asociados a barrios como el fundamental rol de la política pública, incentivarán o desplazarán el proceso de gentrificación a determinados territorios (Ley & Dobson, 2008). En este punto, Wacquant (2008) recalca que un insumo

imprescindible para analizar la situación de la gentrificación es relevar el rol del Estado en estas formas de producción de la ciudad.

Continuando en el norte global, se identifican procesos de gentrificación a partir de la revitalización de espacios posindustriales o barrios pobres, en los cuales se desarrolló una práctica cultural y artística. Esta práctica llama la atención de autoridades locales y actores privados, que invertirán y potenciarán el imaginario resultado de esta ocupación, e incluso lo producirán como una “marca del barrio o ciudad” (Andres, 2012; Bader & Bialluch, 2009; Colomb, 2012, 2017; Lussault, 2015; Martínez, 2019; Pratt, 2009; Zukin, 1989). Ello genera, a su vez, contradicciones en cuanto a la idea de que esa actitud y oportunidad creativa es un capital de inversión y creación de riqueza en la ciudad posindustrial (Florida, 2002). Lo anterior ocurre sin que se tenga en cuenta que las condiciones de esa “clase cultural” no mejoran, ni sus integrantes son los que invierten económicamente, salvo su capital simbólico: el imaginario bohemio y creativo (Rosen, 2017; Zukin, 1989). Es decir, hay una inversión de lo producido al productor, entendiendo que esa mercancía y medio de producción (la creatividad) tiene una condición de valor en sí misma, que puede mediar transacciones y generar riqueza. Lo último, desatendiendo el hecho de que su condición de medio y mercancía (de la creatividad) no está desligada de los procesos materiales de producción y de su condición de trabajo social, es decir, de producción ideológica (Godelier, 2015). Glaeser (2004) critica el efecto de la “clase creativa”, planteando que el desplazamiento de clases profesionales con mayores ingresos y condiciones de fuerza laboral mejor calificada es lo que genera riqueza en territorios de la ciudad, por sobre la mera actitud del “bohemio intelectual creativo”. Al mismo tiempo, el proceso de “la industria creativa” termina negando la posibilidad a vecinos “originales del barrio” de ser ellos mismos los renovadores de sus territorios (Colomb, 2009).

Particularmente, el interés en la gentrificación no es por la gentrificación en sí misma. Esta, debido a su amplitud fenoménica, podría ser entendida como un concepto que permite orientar una lectura general, y con categorías contextuales, de renovaciones urbanas asociadas a cambios de determinadas prácticas y/o residentes en un territorio específico. Lo anterior debido a condiciones de inversión que rearticulan el campo económico, simbólico y político que define un territorio urbano. El hablar de gentrificación adquiere relevancia porque, incluso en su ubicuidad fenoménica, el concepto permite orientar determinados campos de acción, y desde ahí abordar veredas teóricas

para reflexionar de manera más específica sobre un espectro de problemas. En este caso, el de la renovación urbana y el desplazamiento y fetichización de una forma de ver el barrio.

De la boutiquización

La boutiquización, en este espacio de problemas del orden simbólico de la gentrificación, aparece como una noción portadora de cierta relevancia conceptual y apertura analítica. Remite a la concentración de valores que estilizan y definen la renovación comercial de determinados barrios, estableciendo dinámicas de diferenciación en el consumo y generando nuevas formas de segregación de la ciudad (Zukin et al., 2009):

Boutiques “mark” an area as safe for commercial investment that will upgrade services and raise rents. Moreover, by institutionalizing the consumption practices of more affluent and highly educated men and women in place of stores that serve the poor, it challenges the “right to the city” of low-income residents. (p. 48).

En este sentido, la boutiquización, o las formas de modificación de las prácticas simbólicas, como lo estudia Hubbard (2017), parecieran tener diversas alternativas, siendo la reconversión simbólica, o la consumación del signo, una partícula elemental. Por ejemplo, mediante la estetización de un viejo barrio de tinte comercial, es posible conservar el aspecto andrajoso o gastado del lugar, pero darle un toque “chic”. Esto implica tomar una referencia particular y presentar una imagen superficial de ella, desligada de las condiciones de su producción:

It requires serious disposable income to clean and restore such goods, turning the merely shabby into ‘shabby chic’. Working class authenticity is cherished, but in the process, it’s symbolically consumed until little trace of its ‘dirty’ working-class background remains. (p. 4).

Dicha situación de estilización evidentemente pasa por formas de evocar, de armar, de hacer que el espacio y la materia logren identificarse con determinadas narrativas. A su vez, estas conversiones tienen una intención de atraer determinados consumidores, que son una extensión de la fascinación estética de los productores del lugar. Los ingenieros del territorio que así operan apelan a sus gustos, los propios, como el canon ordenador del barrio, buscando

con ello concentrar a personas que tengan afinidad con sus estéticas y gustos (Concha, 2019; Gobel, 2015). Operan en ello criterios de distinción que se concentran en disputas simbólicas sobre la cultura y su hegemonía, las cuales exceden el territorio (Bourdieu, 2002; Bourdieu & Passeron, 2009).

El proceso señalado no necesariamente termina desplazando a la población de menor renta ya establecida en el sector, pero sí arriesga que el nuevo flujo de consumidores y locatarios eventualmente genere desplazamiento de antiguos comerciantes o excluya consumidores y usuarios previos a la renovación (Concha, 2019; Zukin & Kosta, 2004). Tal situación da cuenta del rol problemático que tiene la dimensión simbólica de la gentrificación (Sakizlioglu & Uitermark, 2014), y los posibles caminos que ella puede tomar.

Esta situación puede ser analizada en el contexto del barrio Franklin, en la ciudad de Santiago, que en los últimos siete años ha evidenciado operaciones simbólicas-comerciales que actúan, disfrazan y ordenan la forma de entender el lugar en tiempos de renovación urbana. Y a su vez, permiten reflexionar respecto de si todo lo que acontece, y cómo sucede, es algo así como un fenómeno gentrificador.

EL BARRIO FRANKLIN

El barrio Franklin tiene en su formación una historia de grupos trabajadores (Vila Muga, 2014) e industriales. Su hito fundamental es el matadero, bajo administración de la Municipalidad de Santiago desde mediados del siglo XIX hasta 1929, cuando el cargo recayó en un Médico Veterinario nombrado por el Municipio (Memoria Chilena, s/f). Este lugar ha sido un importante polo económico y productor de universos simbólicos e identitarios, como el de los matarifes (Castro, Donoso & Rojas, 2011). En cuanto a su cariz comercial, alrededor del matadero se desarrolla una dinámica de comercio mayorista para minoristas, a lo que se une el comercio en la vía pública conocido como anaqueles,³ y el comercio callejero informal. Al mismo tiempo, su trayectoria comercial y su mixtura fabril es reconocida como parte de la identidad del barrio, particularmente por el Municipio y el Ministerio de Cultura, que insta a reforzar esta narrativa (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2016; I.

³ Quioscos una vez rojos (2016-2019), ahora verdes (2019-2020), asentados en el borde de las veredas por gran parte del barrio. Funcionan con patentes de permiso municipal.

Municipalidad de Santiago, 2013). Sin embargo, la oferta comercial tiene constantes antecedentes de mutación, por lo que la inserción de nuevos locatarios no es un fenómeno ni tan reciente ni distante, y menos *sui generis*. Esto, como lo indican Gobantes, Peirano y Tapia (2004):

El Barrio Franklin se perfila entonces como el gran nodo comercial popular de la ciudad de Santiago. En cuanto a la representación del barrio, encontramos en primer lugar una imagen marcada por el movimiento y el flujo, de acuerdo a la función netamente comercial que para ellos lo define y le otorga su carácter particular. (p. 730).

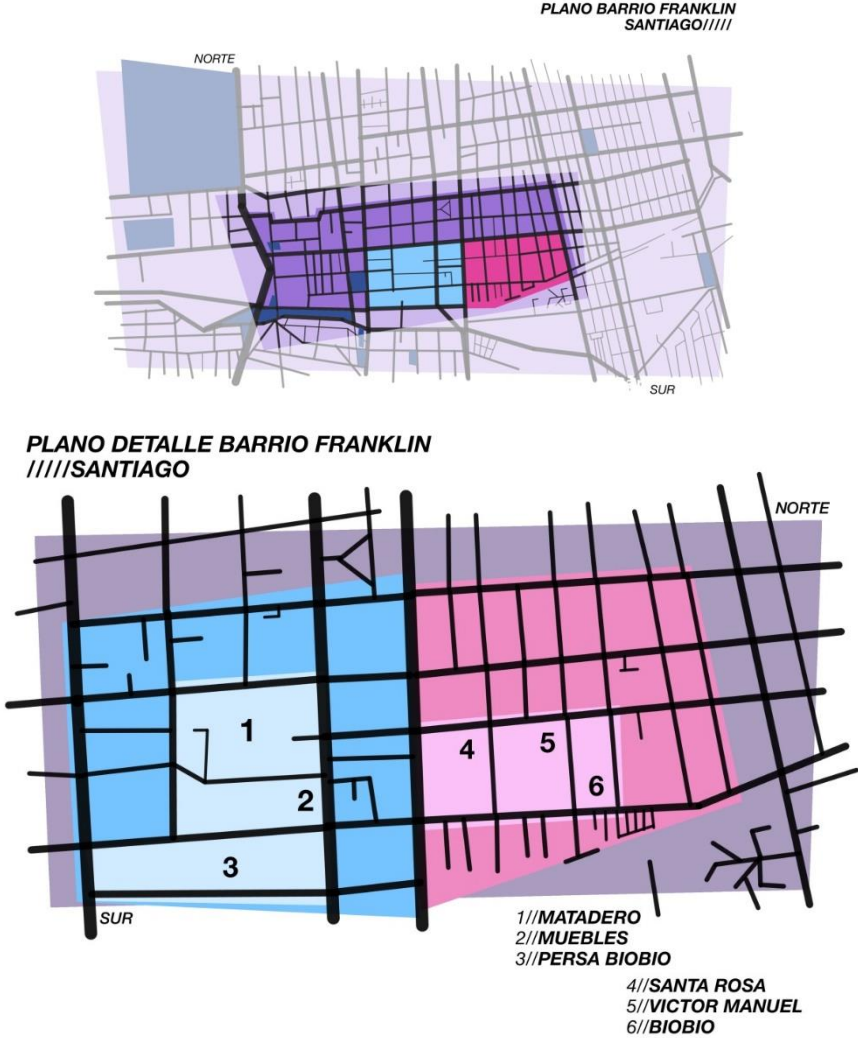
Esta función comercial encuentra un refuerzo en los galpones, que funcionan exclusivamente durante los fines de semana: “[el barrio] se orientan hoy sólo a la recepción de los consumidores que el fin de semana visitan las Ferias Techadas, quedando sin uso durante el resto de la semana. Todo ello deviene en procesos de deterioro del barrio” (Gobantes et al., 2004, p. 732). Este comentario fue replicado durante 2018 por vendedores de Anaqueles y ambulantes,⁴ quienes señalaban que “todos [los visitantes del barrio] se van pa’ los galpones los fin de semana, en la semana está muerto [el barrio]”, secundado por “sería bueno que hicieran más edificios y un súper [mercado], porque acá vienen a comprar las viejitas nomás en la semana. Nadie más vive por acá”.⁵ Los galpones referidos son aquellos que se encuentran desde Santa Rosa hacia el oriente, constituidos por la ex fábrica textil Musalem, el continuo Galpón Santa Rosa y el Galpón Víctor Manuel (Figura 1).

Imaginando una cuadrícula, dos formas opuestas del barrio son cruzadas por una avenida, Santa Rosa: al oriente se encuentran los locales en proceso de boutiqueización, mientras que al poniente se despliega el comercio, que tiene sus propias dinámicas de actualización y diseño, pero que no forma parte del universo boutiqueizado.

⁴ Anotaciones durante el trabajo de campo realizado entre 2018 y 2020.

⁵ Nota de campo tomada durante julio de 2018.

Figura 1. Mapa barrio Franklin



Fuente: Realización de Gabriel Maulén.

En estos últimos galpones, el barrio Franklin desarrolla una agenda de renovación urbana declarada, al menos por parte de algunos inversores particulares, de la mano de una propuesta de patrimonialización y bohemización. Esto implica una acción *ex profeso*, llevada a cabo por determinados comerciantes, con miras a establecer una narrativa con características de un barrio *chic*, donde se resalta y trata de estabilizar la idea del barrio a partir de determinadas narrativas culturales. Para ello se echa mano a la idea de las prácticas industriales y populares, como también a la recuperación de una serie de objetos que se construirán como interesantes. En este sentido, como señala Moshenska (2015), hay una suerte de patrimonialización que busca estabilizar el tiempo del territorio, con el fin de producir una idea de un lugar auténtico, donde la materia, los objetos y su disposición logran producir una suerte de tiempo asible. Lo anterior es evidenciado por el artículo periodístico “Barrio Franklin quiere ser San Telmo” (*La Tercera*, 17 nov. 2012):

“Queremos que el barrio Matadero-Franklin sea como San Telmo, en Buenos Aires, pero mejor”, señala Douglas Mella. Con ese objetivo están trabajando en cinco ejes fundamentales: regular el comercio callejero, especialmente el de anticuarios; mejorar la seguridad, para lo que identificaron 24 puntos estratégicos junto a Carabineros; cultura, rescate patrimonial y turismo. Para esto último diseñaron un tour que debutará en enero de 2013, el que recorrerá la calle Bío-Bío desde la Plaza Huemul hasta el persa, pasando por el Mercado Matadero, sus cocinerías y la ex fábrica Musalem. La ruta será guiada por actores que representarán un triángulo amoroso entre una mujer y dos matarifes.

Esta idea de los matarifes proviene del ambiente cultural producido a partir de la actividad comercial del barrio, particularmente dominante entre la década de los cincuenta y los setenta, hasta el término de la vida productiva del matadero como lugar de faena animal (Castro et al., 2011). De acá, pareciera que la heterotopía (Foucault, 1984) desarrollada en el barrio a través de lo heterodoxo y asincrónico del comercio y lo refundante de la práctica escamoteadora entre lo formal y lo informal (De Certeau, 2000), se inscribiera de manera aún más abyecta. Hay una barrera simbólica en el territorio.

Figura 2. Comercio callejero en la esquina de Placer con San Francisco, al poniente de Santa Rosa



Fuente: Fotografía del autor (marzo 2018)

Por una parte, desde San Diego hasta Santa Rosa hay un comercio de tipo mayorista, con prácticas asentadas en estructuras clásicas de solidaridad, competencia y estética de clases populares. En este espacio hay vendedores ambulantes, tiendas de costura, frutos secos, ropa pirata, comida venezolana, colombiana, peruana, los “muebles chinos”,⁶ fábricas de empanadas y masas, carnicerías, tiendas de sándwiches rápidos y baratos —las gaseosas parecen ser la bebida preferida, y el café soluble su acompañante—, locales preferidos por trabajadores y transportistas del barrio, además del concentrado de actividades de mercadeo, feria y comidas cárnicas a granel que ofrece el interior del matadero.⁷ En su contraposición, en los galpones toman forma comercios que adhieren a elementos del trabajo fabril o del artesano, pero los convierten en una experiencia nueva, artística, “trendy” y laboriosamente deslaborada. Pareciera, a momentos, que nos encontramos en la misma situación que el protagonista de *Serotonina* de Houllebecq (2019):

⁶ Local por la calle que efectivamente se titula como tal, ubicado en la calle Figueroa, cercana a la esquina con Arturo Prat. (Nota de campo, julio 2019 y enero 2020).

⁷ La descripción general se basa en el trabajo etnográfico desarrollado entre marzo de 2018 y enero de 2020.

Rara vez me paraba en el café La manufacture, situado justo enfrente del Carrefour City; allí, algunas cervezas artesanales parecían apetecibles, pero a mí apenas me atraía aquel ambiente laboriosamente imitado del “café obrero” en un barrio donde los últimos obreros probablemente habían desaparecido hacia 1920. No tardaría en conocer algo mucho peor cuando mis pasos me condujeran a la zona siniestra de la *Butte-Aux-Cailles*; pero aún lo ignoraba. (p. 76).

La Butte-aux-Cailles, un antigua área de talabartería y textilera ubicada en el Distrito 13 de París, hoy narrado por Houellebecq y experimentado a través de su visualidad, muestra indicios clásicos de gentrificación: ausencia de población de la clase trabajadora, pero el uso comercial de una estética que la evoca; la renovación inmobiliaria a través de espacios heterópicos entre patios colectivos con filosofía zen y *boutiques* de diseñador; el despliegue de una oferta de servicios dominante por sobre áreas de trabajo productivo de tipo fabril; habitabilidad dominada por *lofts* y una onda artística que agrega valor al lugar. Incluso dicen que Vincent Cassel, estrella gala del cine, es un *habitué* de este barrio.

Todo lo anterior, el esfuerzo por la nueva implantación de prácticas y la consiguiente readaptación de lugares tradicionales, podría ser entendido como un proceso de ruptura y presentar la idea de dos barrios, aunque, a momentos, los beneficios de los nuevos locatarios pueden no generar un proceso de renovación indeseable en los usuarios tradicionales. Estos, de una u otra manera, logran mediar el proceso de renovación y verse favorecidos o, al menos, “no desplazados ni recambiados” (Colomb, 2009; Zukin & Kosta, 2004).

Figura 3. Comercio en calle Franklin, al poniente de Av. Santa Rosa



Fuente: Fotografía del autor (mayo 2019)

La idea de transferencia de beneficios se da en el barrio Franklin a partir del reconocimiento de problemas como el narcotráfico y la delincuencia. Estas temáticas se levantan como un enemigo que se requiere eliminar, aspecto comentado tanto por los vendedores ambulantes como por los anaqueleros y locatarios. Una idea constante es que el cambio le hace bien al barrio, y los actores señalados esperan que ocurra. Con respecto a esto, indican que ya existen alianzas con los propietarios de los galpones y la Municipalidad. En el proceso de renovación anida una posibilidad de espera favorable. La transmisión de esos beneficios, seguridad y actividad, a través de los nuevos inversores, desconflicta las otras consecuencias que puede haber con la renovación. O la mutabilidad constante de un barrio comercial no entiende mayores desconfianzas del proceso que acontece desde 2013, por sobre otros que ya han acontecido y lo siguen cruzando.

El proceso descrito se enmarca con elegante afinidad electiva (Löwy, 2004) en la idea disciplinadora del barrio: modernizar y domar. La producción y categorización de un problema busca las formas de su erradicación. Se reconoce un nuevo miasma, y es preciso desplazar su pestilencia material y moral en el territorio (Castro et al., 2011; Foucault, 2002). En este caso, la idea del orden y

modernidad, como la forma de planificación urbana dominante en Santiago durante gran parte del siglo XX (Arizaga, 2019), parece tomar la forma de la reconfiguración simbólica. El Municipio y los nuevos propietarios buscan producir algún tipo de orden general, tendiente a la armonía y a la estetización del comercio. Desde ahí, construir y rehabilitar el espacio, como si su presente no fuera válido ni deseable. Esto, por ejemplo, con la pacificación del barrio mediante la presencia de agentes policiales (Fredes, 2015), y los puestos de seguridad que les acompañan en el barrio.⁸

La práctica misma de la boutiquización es una forma de adscripción a un imaginario de consumo y elitización internacional (Lees et al., 2016; Zukin et al., 2009), que indica que el *ethos* gentrificador está presente. El imaginario y la autorrepresentación como bohemios y creativos que deciden adoptar las clases medias acomodadas del hemisferio norte, homogeneizando la referencia de lo deseable en el comercio, son la forma elegida por las mismas clases a nivel local, para generar espacios de comercio al detalle y elitizante en Franklin. Lo anterior, mezclado con narrativas locales como la cueca centrina y la estética de los matarifes del barrio.

OPERAR LO SIMBÓLICO

Hay una vida vibrante debajo de las ruinas, de los barrios, o es la promesa de la reconversión urbana. Los galpones son un espectáculo dispuesto para montar fragmentos históricos. La cueca centrina, la galería de arte minimalista, la galería de arte en las oficinas de la industria; la galería de arte con serigrafía a gran escala, ropa de diseñador, serigrafías numeradas y un vivero; la tienda uruguaya con el matecito y la tailandesa con unas palmeras. Se puede no ir a comprar, se debería no ir a comprar, porque la invitación es a habitar. Sentir la música electrónica ambiental en la galería blanca, al final, con el invernadero y las plantas sobrepreciadas; el helado artesanal y las mesitas donde te sirven la crema de calabaza o la tradicional sopa de cebolla francesa. Nada es despreciable, pero las fisuras en el territorio y la segregación se sienten cruzando Santa Rosa. Esta atestigua la idea de un barrio bifurcado. Un barrio que de a poco puja hacia afuera la misma relación comercial que le permite estar, esa del comercio mayorista para minoristas, las tiendas con cumbia en vez de un *dj set* con electrónica y la venta de productos pirata para clases populares por sobre

⁸ Notas de campo entre marzo 2018 y enero 2020.

series numeradas de objetos de diseño, vendidos por su propio creador. O, al menos, de ese mediador comercial que otorga espacio de venta a aquel objeto único.

Lo anterior, acompañado del diálogo con los medios de comunicación sobre Franklin, hegemonizado por los nuevos comerciantes y las recuperaciones patrimoniales. Esto, fundamentalmente, orientado a la experiencia a que invitan los nuevos espacios gastronómicos, aquellos tradicionales traídos nuevamente a la vida como objeto patrimonial, y la propuesta “cultural/artística” que se implanta en el barrio (Barros Berguecio, 2018; Gatica, 2019; Riquelme, 2017; Wallace, 2018; Zambra, 2019). El llamado es a visitar *lo único y diferente, una alternativa, algo singular*.

Figura 4. Galería La Curtiembre, ubicada en el Galpón Víctor Manuel, al oriente de Santa Rosa



Fuente: Fotografía del autor (enero 2020)

La búsqueda de lo auténtico se vuelve la lucha por la reconversión del barrio, la propuesta de ocupación/consumo y su punta de lanza. Una interpretación plausible es la expresión productiva de narrativas prácticas (o manuales). La propuesta de calidad y autenticidad mediante las recetas del “hágalo usted mismo” (*diy*). O la pontificación de los grupos creativos (¿creadores?), protectores de la experiencia de lo auténtico, guías de los objetos fundadores: artesanías, ropa a la medida, comida exótica foránea. Esto también parte de un proceso evocador de un patrimonio popular. Por eso, la clase trabajadora se fetichiza: no hablo de sus relaciones, sino de sus formas de trabajo y materiales; artesanos, artesanales, “*hecho aquí*”. E incluso la naturaleza es reclamada para ser objetivada mediante el sello de la autenticidad: *helados orgánicos, línea premium 100% natural; comida orgánica; comida vegana; productores locales*. Esto, para dar la sensación de habitar un espacio sacro y obtener esa *materia coagulada de realidad fundacional*. Los comerciantes no buscan vender, sino que buscan producir y comercializar para alcanzar el *areté*.⁹ La divina tempestad de la producción de experiencias y materialidades, al servicio de lo auténtico, bello y sublime. Sin embargo, la clase trabajadora (asalariados que buscan producir para hacerse con medios de existencia) desaparece en su soporte material, pero es cosificada en su condición estética.

La clase trabajadora pende del simulacro de su actividad y de la ejecución de una teatralidad que desliga la capa simbólica de su relación objetiva de producción. El trabajo, los trabajadores, la creación, las formas simbólicas que se propiciaron en determinado periodo histórico en el barrio, son una sombra sobre sí mismas. Esto genera algo que en la jerga de Paul Virilio (2006) sería un recubrimiento de la clase trabajadora o su desaparición. De a poco, su soporte material se ausenta. Su *signatura rerum* se esfuma: la materialidad ya no habla de ella, los cuerpos no la refieren; el comercio, la música, el sonido, los olores desaparecen de la construcción de “algo estable” que pudiera remitir a los trabajadores, como núcleo histórico político y productivo. Hoy hay creadores, diseñadores, comercios al detalle, capital diferenciador por sobre bienes (Baudrillard, 1968).

El proceso de “gentrificación”, ¿cumple su cometido de desplazamiento demográfico y material? ¿O solo es un proceso de desplazamiento simbólico y, con esto, de las prácticas de los actores territoriales? Y desde este recambio de

⁹ ἀρετή, concepto que se vincula con la virtud o excelencia, o el cumplimiento exitoso de una tarea; generalmente asociado con el combate, y también como fin de los procesos educativos en la Grecia clásica.

la narrativa dominante del territorio, la conservación se remite a una tolerancia represiva como la señalada por Marcuse (1969). ¿Subaleternizados integrados con acciones disciplinarias? O como Barth (1976) lo vería en las fronteras étnicas: se desarrolla la adopción de identidades esperadas por los grupos hegemónicos por parte de los grupos subalternos. Quizás, en un intento de reinterpretar a Goffman (1956), suceden “controles de la identidad”, convirtiendo el puesto de churrascos de las clases trabajadoras en una “churrasquería móvil”.¹⁰ Hacer parecer que es eso que no es pero debería ser. Convertir todo ese comercio que se ve enfrentado a una nueva expectativa de consumidores, y rentabilizar los negocios “tradicionales” en una actitud mimética hacia los “nuevos”. Aprovechar el actual flujo de usuarios y consumidores que son acarreados por los comercios “boutiquizados”, que a su vez se presentan como tradicionales. Algunos viejos puestos deben libar del capital simbólico flotante, apropiarlo, parecer-ser (Van Criegingen & Fleury, 2006).

Figura 5. Interior galpón Santa Rosa, al oriente de Santa Rosa



Fuente: Fotografía del autor (mayo 2019)

¹⁰ Esto es, un carro móvil visto durante el trabajo de campo en 2018, en la intersección de las calles San Diego y Franklin, Santiago de Chile.

Hace una década, el galpón Víctor Manuel ofertaba gran parte de lo que hoy oferta, pero con distintas etiquetas y otra organización. Los revisteros y sus revistas, con sus productos desordenados, se mezclaban con anticuarios y monedas antiguas desparramadas sobre una vitrina. Al lado, sellos postales ajados y artefactos electrónicos desarmados completaban el panorama. Sin embargo, hoy es fácil encontrar una conversión simbólica sustantiva: del cachivache a la antigüedad. El primero es desorden, un objeto abyecto: una sobra. El segundo es portador de una verdad histórica, una forma de patrimonio de clase, de técnica, materia y/o industria que llega a nosotros gracias a la gentileza de la conservación y la exposición comercial; gracias a su aislamiento y exhibición como actividad museificadora. Porque la gracia que reviste la antigüedad es su distancia, su exotismo, que habla de lo irrastreable, que determina su autenticidad (Starzsak, 2008). Esa autenticidad que está perdida en algún punto, si no espacial, temporal, y cuya adquisición desordina al portador (Baudrillard, 1968).

El lugar, otrora fabril, es un relato mítico con el cual hay que vincularse. Como señala Levi-Strauss (1997) sobre el mito: este es una posibilidad de controlar la temporalidad, la historia, e intensificar la idea de que lo imperecedero, noble y fundante siempre está presente. El mito permite vivir en un constante presente. O, como plantea Moshenska (2015), las disputas por sitios históricos tienen como objetivo estabilizar una forma y periodo particular, como la identidad imperecedera de un lugar. Se rearman las paredes, se agregan objetos que tengan correspondencia temporal con aquel periodo emulado. La escenificación es parte fundamental de contar el tiempo en el espacio.

La condición ideológica de la realidad se vuelve a atar a la forma elemental a la cual se debe fidelidad, esa que se quiere presentar como el destino histórico del territorio. El nuevo barrio que reclama ser más auténtico que el anterior. O, al menos, más que esa parte del barrio cruzando la avenida, donde se concentra el comercio generalista, mayorista y con productos sin estética finamente curada. El cambio en el barrio es un retorno a un origen, ascepiado de las contradicciones históricas de clase e, incluso, de la historia nacional y relaciones barriales. Estas se encuentran anuladas, sostenidas en una forma anodina y arropada del signo de la distinción. De la necesidad de lo auténtico. Incluso, si la reconversión actual del barrio incluye los deseos y acciones de locatarios establecidos previos al periodo de renovación actual, la propuesta de integración es a través de adaptación o una convivencia distante; una

convivencia que implica el sometimiento de unos comerciantes hacia otros, debido a que unos pueden y han capitalizado la voz pública del barrio con su renovación. El barrio son ellos. De esta manera, la boutiquización presenta la exhibición de los nuevos locatarios como lo deseable, hegemonizando el entendimiento de las relaciones y deseos del territorio. Hay un rescate de ciertos elementos entendidos como esenciales de la historia y prácticas del barrio (lo industrial, lo viejo, lo popular), pero que tienen el resultado de pervivir de manera fetichizada, ocultando que no hay trabajadores sin trabajo, que no hay necesidad de productos orgánicos, ni tampoco una experiencia de consumo superior. Lo que hay, parece ser la estabilización del deseo de diseñar un barrio para una clase determinada, a expensas de reclamar un presente mítico, fetichizando la historicidad del barrio: la de la industria y los trabajadores.

CONCLUSIÓN

La gentrificación vuelve a aparecer como una propuesta política de reconocimiento a lo que ocurre en Franklin. No hay gentrificación, no hay boutiquización, si es que no se acepta analizar las formas simbólicas que, en su estela de renovación, son un indicador de lo ya documentado dentro de estos conceptos. De lo anterior, hay formas de análisis que permiten estabilizar ciertas nociones, y tomar decisiones para interpretarlas. Esto implica que incluso bajo el beneplácito, beneficio y afinidad de los usuarios locales, existan situaciones conflictivas que terminan por exigir una mirada crítica a aquellas afinidades electivas (Löwy, 2004) que permiten a comercios dispares, encontrar acuerdos y refuerzos mutuos. Esto implica también que el argumento para categorizar y exponer las formas de operación de una renovación barrial no tiene nada que ver con una población pasiva frente a una activa. Siempre hay procesos de negociación y pugna. Sin embargo, sí hay una relación de tensión que puede mermar los medios de sobrevivencia de un grupo, por sobre la subsistencia del otro. Esto no implica que toda *expulsión sea espacial en el plano topográfico, sino que estas expulsiones también operan a un nivel capilar en el plano de lo simbólico*. Debe reconocerse lo que señalan Zukin et al. (2009) sobre la privatización de los barrios: si bien ocurre de manera soterrada, el desplazamiento de las formas de consumo y ofertas comerciales logra eliminar a la población previamente asentada, porque ya no calza con el perfil comercial del barrio que solía habitar. O, como lo indica Hubbard (2017), al identificar que incluso si la población previamente establecida pudiera acceder al nuevo escenario comercial, el peso simbólico de la exclusión termina estableciendo

una barrera infranqueable. Esta barrera afecta tanto a habitantes y locatarios como a los consumidores habituales pre proceso de gentrificación.

Acá el punto no es juzgar, ni bourdeana ni kanteanamente, el gusto de una estética particular, y sus justificaciones sobre el deseo de implantar una mirada sobre lo bello y placentero en un barrio, o en un negocio. Pero sí atender el problema ambivalente e incontrolable de la renovación urbana, y principalmente la de tinte comercial, que actúa mediante la interpretación según la cual hay ciertas formas de habitar y comerciar que deben ser desplazadas por unas más legítimas, más deseables, más auténticas. Unas que terminan borrando las prácticas de consumo o subsistencia de los grupos de menores ingresos. En este contexto, las prácticas de las clases medias, y el imaginario internacional de su consumo, se reifican como el comercio deseado. Frente a lo anterior, los beneficios de un recambio comercial, incluso bajo acuerdos declarados con usuarios y locatarios previamente establecidos, pueden terminar deteriorando los medios de vida de unos por sobre los de otros, situación que no sería excepcional en el caso de Franklin. Como señala Colomb (2009) sobre el proceso de renovación urbana en el este de Londres:

La percepción y sentimientos de los residentes locales sobre los cambios en su vecindario son mezclados (...) reflejando la ambigua naturaleza de la revitalización del centro de la ciudad: la regeneración de uno es la gentrificación de otro.¹¹ (p. 162).

Agradecimientos

Mis agradecimientos a Gabriel Maulén (gimes.maulen@gmail.com) por los mapas del barrio Franklin que realizó para este artículo; y a Lona Burger (lona.lauridsenb@gmail.com), por correcciones referidas a los textos en inglés.

¹¹ “Local residents’ perceptions and feelings about the changes in their neighbourhood are therefore very mixed (...), reflecting the ambiguous nature of inner city revitalization: one person’s regeneration is another’s gentrification.” (Traducción del autor).

BIBLIOGRAFÍA

- Andres, L. (2012). Differential spaces, power hierarchy and collaborative planning: A critique of the role of temporary uses in shaping and making places. *Urban Studies*, 50(4), 759-775. <https://doi.org/10.1177/0042098012455719>
- Arizaga, X. (2019). Propuesta de caracterización de la renovación urbana en Chile. El caso de la comuna de Santiago Centro. *eure*, 45(134), 169-191. <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612019000100169>
- Bader, I. & Bialluch, M. (2012). Gentrification and creative class in Berlin-Kreuzberg. En L. Porter & K. Shaw (eds.), *Whose urban renaissance? An international comparison or urban regeneration strategies* (pp. 93-102). London: Routledge.
- Barros Berguecio, B. (2018, ago. 9). De matadero a polo cultural. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/masdeco/de-matadero-polo-cultural/>
- Barth, F. (1976). *Los grupos étnicos y sus fronteras*. México, DF: Fondo de Cultura Económica.
- Baudrillard, J. (1968) *Le system des objets. La consommation des signes*. Paris: Gallimard. Bibliothèque Médiations, Denoël/ Gonthier.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (2009). *Los herederos. Los estudiantes y la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2002). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México, DF: Taurus.
- Castillo Gómez, C. (2015) ¿Gentrificación a la limeña en el Centro Histórico de Lima? ¿Expulsión o inclusión? 1993-2013. En V. Delgadillo, I. Díaz & L. Salinas (coords.) *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina* (pp. 133-152). México, DF: Contested_Cities-Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México (unam).
- Castro, L., Donoso, K. & Rojas, A. (2011). *Por la güeya del Matadero. Memorias de la cueca centrina*. Santiago de Chile: Autoedición.
- Clark, E. (2005). The order and simplicity of gentrification – a political challenge. En R. Atkinson & G. Bridge, *Gentrification in a global context: The new urban colonialism* (pp. 257-264). London: Routledge. http://dx.doi.org/10.4324/9780203392089_chapter_16
- Colomb, C. (2009). Gentrification and community empowerment in East London. En L. Porter & K. Shaw, *Whose urban renaissance? An international comparison of urban regeneration strategies* (pp. 157-166). London: Routledge.
- Colomb, C. (2012). Pushing the urban frontier: Temporary uses of space, city marketing, and the creative city discourse in 2000S Berlin. *Journal of Urban Affairs*, 34(2), 131-152. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9906.2012.00607.x>

- Colomb, C. (2017). The trajectory of Berlin's 'interim spaces': Tensions and conflicts in the mobilisation of 'temporary uses' of urban space in local economic development. En J. Henneberry (ed.), *Transience and permanence in urban development* (pp. 131-149). Chichester, RU: John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781119055662.ch9>
- Concha, P. (2019). Curators of markets, designers of place: The case of the street food scene in London. *DesignIssues*, 35(4 Autumn), 69-78. https://doi.org/10.1162/desi_a_00566
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2016). *Guía Patrimonial Barrio Franklin. Un Mercado Popular de Santiago*. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano*. Vol. 1. *Artes de hacer*. México, DF: Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. <https://bit.ly/3dRPQvy>
- Delgadillo, V. (2015). Patrimonio urbano, turismo y gentrificación. En V. Delgadillo, I. Díaz & L. Salinas (coords.), *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina* (pp. 113-132). México, DF: Universidad Nacional Autónoma de México (unam).
- Eckerd, A. (2011). Cleaning up without clearing out? A spatial assessment of environmental gentrification. *Urban Affairs Review*, 47(1), 31-59. <https://doi.org/10.1177/1078087410379720>
- Ersoy, A. & Larner, W. (2019). Rethinking urban entrepreneurialism: Bristol Green Capital-in it for good? *European Planning Studies*, 28(4), 790-808. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1635085>
- Florida, R. L. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books.
- Foucault, M. (1984). Des espaces autres (Conferencia dictada en el Cercle des études architecturales, 14 de marzo de 1967). *Architecture, Mouvement, Continuité*, (5), pp. 46-49. Reproducida en http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-i/files/2017/07/foucault_delos-espacios-otros.pdf, con traducción de Pablo Blitstein y Tadeo Lima.
- Foucault, M. (2002). *Estrategias de poder. Obras Esenciales*. Vol. II. Barcelona: Paidós.
- Fredes, J. (2015, enero 29). Un barrio en peligro: El Persa Bio Bío. *Sitiocero*. <https://sitiocero.net/2015/01/un-barrio-en-peligro-el-persa-bio-bio/>
- Gatica, L. (2019, nov. 1). Puro sabor en el Persa Biobío: las picadas más ricas que esconden los galpones. *La Tercera*. <https://finde.latercera.com/comer/persa-biobio-franklin-restaurantes-picadas/#>
- Gatica, L. (2020, enero 22). El Tata: La legendaria picada del Matadero de Franklin. *La Tercera*. <https://finde.latercera.com/comer/el-tata-restaurant-picada-matadero-franklin/>

- Glaeser, E. (2004). Book Review of Richard Florida's "The Rise of the Creative Class". *Regional Science and Urban Economics*, 35(5), 593-596.
<https://scholar.harvard.edu/glaeser/publications/book-review-richard-floridas-rise-creative-class>
- Glass, R. (1964). *London: Aspects of change*. London: MacGillion & Kee.
- Gobantes, C., Peirano, M. P. & Tapia, V. (2004). Construcción de identidad y nuevos procesos de urbanización: el caso de Franklin. *V Congreso Chileno de Antropología*. Colegio de Antropólogos de Chile A.G. San Felipe, 8-12 noviembre 2004.
<https://www.aacademica.org/v.congreso.chileno.de.antropologia/94.pdf>
- Gobel, H. (2015). *The re-use of urban ruins*. New York: Routledge.
- Godelier, M. (2015). *Economía, fetichismo y religión en las sociedades primitivas*. Madrid: Siglo XXI.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of Self in everyday life*. Edinburgh: University of Edinburgh, Social Sciences Research Center.
- Hubbard, P. (2017). *The battle for the high street. Retail, gentrification, class and disgust*. London: Palgrave Macmillan.
- Houllebecq, M. (2019). *Serotonina*. Barcelona: Anagrama.
- Ilustre Municipalidad de Santiago. (2013). *Barrio Santiago*. Santiago de Chile: Autor.
- Inzulza-Contardo, J. (2011). "Latino gentrification"?: Focusing on physical and socioeconomic patterns of change in Latin American inner cities. *Urban Studies*, 49(10), 2085-2107.
<https://doi.org/10.1177%2F0042098011423425>
- Kolko, J. (2007). The determinants of gentrification. *ssrn Electronic Journal*, publicado el 16 de mayo de 2007. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.985714>
- La Tercera* (2012, nov. 17). Barrio franklin quiere ser San Telmo. *La Tercera [online]*.
<https://www.latercera.com/noticia/barrio-franklin-quiere-ser-san-telmo/>
- Lees, L.; Shin, H. B. & López-Morales, E. (2016). *Planetary gentrification*. Cambridge: Polity Press.
- Lees, L; Slater, T & Wylie, E. (2008). *Gentrification*. London: Routledge.
- Levi-Strauss, C. (1997). *El pensamiento salvaje*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Ley, D. (1986). Alternative explanations for inner-city gentrification: A Canadian assessment. *Annals of the Association of American Geographers* 76(4), 521-535.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1986.tb00134.x>
- Ley, D., & Dobson, C. (2008). Are there limits to gentrification? The contexts of impeded gentrification in Vancouver. *Urban Studies*, 45(12), 2471-2498.
<https://doi.org/10.1177/0042098008097103>
- López-Morales, E. (2013). Gentrificación en Chile: aportes conceptuales y evidencias para una discusión necesaria. *Revista de Geografía Norte Grande*, (56), 31-52.
<http://doi.org/10.4067/S0718-34022013000300003>

- Löwy, M. (2004). Le concept d'affinité élective chez Max Weber. *Archives de sciences sociales des religions*, (127), 93-103. <https://doi.org/10.4000/assr.1055>
- Lussault, M. (2015). *El hombre espacial: la construcción social del espacio humano*. (H. Cardoso, Trad.). Madrid: Amorrortou.
- Marcuse, H. (1969). Repressive tolerance. En R. P. Wolff, B. Moore & H. Marcuse, *A critique of pure tolerance* (pp. 95-137). Boston: Beacon Press. Publicado por primera vez en 1965. <https://www.marcuse.org/herbert/publications/1960s/1965-repressive-tolerance-fulltext.html>
- Martínez, M. (2019). *Squatters in the capitalist city. Housing, justice and urban politics*. London: Routledge.
- Memoria Chilena (s/f). De periferia urbana a barrio popular. El barrio matadero Franklin (1847-2007). *Arquitectura y urbanismo*. <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-3370.html#documentos>
- Moshenska, G. (2015). Curated ruins and the endurance of conflict heritage. *Conservation and Management of Archaeological Sites*, 17(1),77-90. <http://doi.org/10.1179/1350503315Z.00000000095>
- Navarrete Escobedo, D. (2017). Turismo gentrificador en ciudades patrimoniales. Exclusión y transformaciones urbano-arquitectónicas del patrimonio en Guanajuato, México. *Revista invi*, 32(89), 61-83. <http://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/1019>
- Pratt, A. C. (2009). Urban regeneration: From the arts 'feel good' factor to the cultural economy: A case study of Hoxton, London. *Urban Studies*, 46(5-6), 1041-1061. <http://doi.org/10.1177/0042098009103854>
- Rapoport, A. (2000). Theory, culture and housing. *Housing, Theory and Society*, 17(4), 145-165. <http://doi.org/10.1080/140360900300108573>
- Riquelme, X. (2017, ago. 8). El nuevo "hit" francés de Franklin. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/paula/nuevo-hit-frances-franklin/>
- Rosen, M. (2017). *Clase cultural: arte y gentrificación*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Sabatini, F., Sarella Robles, M. & Vásquez, H. (2009). Gentrificación sin expulsión, o la ciudad latinoamericana en una encrucijada histórica. *Revista 180*, (24), 18-25. [http://dx.doi.org/10.32995/rev180.Num-24.\(2009\).art-266](http://dx.doi.org/10.32995/rev180.Num-24.(2009).art-266)
- Sakizlioglu, N. B. & Uitermark, J. (2014). The symbolic politics of gentrification: The restructuring of stigmatized neighborhoods in Amsterdam and Istanbul. *Environment and Planning A*, 46(6), 1369-1385. <https://doi.org/10.1068/a45638>
- Salinas Arreortua, L. A. (2013). Gentrificación en la ciudad latinoamericana. El caso de Buenos Aires y Ciudad de México. *GeoGraphos*, 4(44), 283-307. <https://doi.org/10.14198/GEOGRA2013.4.44>

- Staszak, J. F. (2008). Qu'est-ce que l'exotisme? *Le Globe*. Tome 148, pp. 7-30. <http://doi.org/10.3406/globe.2008.1537>
- Valencia Palacios, M. A. (2019) ¿Gentrificación en zonas patrimoniales? Estudio de cinco casos en Santiago de Chile. *Revista invi*, 34(95), 71-99. <http://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/1435>
- Van Criekingen, M. & Fleury, A. (2006). La ville branchée: gentrification et dynamiques commerciales à Bruxelles et à Paris. *Belgeo*, 1-2, 113-134. <https://doi.org/10.4000/belgeo.10950>
- Vila Muga, W. (2014). *La urbanización obrera en Santiago Sur, 1905-1925: de arrabal decimonónico a periferia proletaria* (Tesis doctoral). Pontificia Universidad Católica de Chile (puc). <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/21369>
- Virilio, P. (2006). *Estética de la desaparición*. Barcelona: Anagrama.
- Wacquant, L. (2008). Relocating gentrification: The working class, science and the state in recent urban research. *International Journal of Urban and Regional Research*, 32(1), 198-205. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2008.00774.x>
- Wallace, C. (2018, marzo 10). Para disfrutar: una guía con siete restaurantes imperdibles de Franklin. *El Mercurio*. <https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2018/03/10/898077/Para-disfrutar-Una-guia-con-siete-restaurantes-imperdibles-de-Franklin.html>
- Zambra, D. (marzo 31). El nuevo museo a cielo abierto que debes conocer está en el barrio Franklin. *La Tercera*. <https://finde.latercera.com/etiqueta/barrio-franklin/>
- Zukin, S. (1989). *Loft living. Culture and capitals in urban change*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
- Zukin, S. & Kosta, E. (2004). Bourdieu Off-Broadway: Managing distinction on a shopping block in the East Village. *City and Community*, 3(2), 101-114. <https://doi.org/10.1111/j.1535-6841.2004.00071.x>
- Zukin, S., Trujillo, V., Frase, P., Jackson, D., Recuber, T. & Walker, A. (2009). New retail capital and neighborhood change: Boutiques and gentrification in New York City. *City & Community*, 8(1), 47-64. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6040.2009.01269.x>