



# ESPACIO, TIEMPO Y FORMA

AÑOS 2015-2016

ISSN 1130-2968

E-ISSN 2340-146X

# 8-9

SERIE VI GEOGRAFÍA

REVISTA DE LA FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA

UNED



# ESPACIO, TIEMPO Y FORMA

AÑOS 2015-2016  
ISSN 1130-2968  
E-ISSN 2340-146X

## 8-9

**SERIE VI GEOGRAFÍA**

REVISTA DE LA FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA

DOI: <http://dx.doi.org/10.5944/etfvi.8-9.2016>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

La revista *Espacio, Tiempo y Forma* (siglas recomendadas: ETF), de la Facultad de Geografía e Historia de la UNED, que inició su publicación el año 1988, está organizada de la siguiente forma:

- SERIE I — Prehistoria y Arqueología
- SERIE II — Historia Antigua
- SERIE III — Historia Medieval
- SERIE IV — Historia Moderna
- SERIE V — Historia Contemporánea
- SERIE VI — Geografía
- SERIE VII — Historia del Arte

Excepcionalmente, algunos volúmenes del año 1988 atienden a la siguiente numeración:

- N.º 1 — Historia Contemporánea
- N.º 2 — Historia del Arte
- N.º 3 — Geografía
- N.º 4 — Historia Moderna

ETF no se solidariza necesariamente con las opiniones expresadas por los autores.

*Espacio, Tiempo y Forma*, Serie VI está registrada e indexada, entre otros, por los siguientes Repertorios Bibliográficos y Bases de Datos: DICE, ISOC (CINDOC), RESH, IN-RECH, Dialnet, e-spacio, UNED, CIRC, MIAR, FRANCIS, PIO, ULRICH'S, SUDOC, 2DB, ERIH (ESF).

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
Madrid, 2015–2016

SERIE VI · GEOGRAFÍA N.º 8–9, 2015–2016

ISSN 1130-2968 · E-ISSN 2340-146X

DEPÓSITO LEGAL  
M-21.037-1988

URL  
ETF VI · GEOGRAFÍA · <http://revistas.uned.es/index.php/ETFVI>

COMPOSICIÓN  
Carmen Chincoa Gallardo · <http://www.laurisilva.net/cch>

Impreso en España · Printed in Spain



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons  
Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.

# LAS PRÁCTICAS LÚDICAS EN LA CALLE Y LA IMAGEN DEL CENTRO DE LA CIUDAD EN SANTIAGO DE CHILE

## RECREATIONAL PRACTICES ON THE STREET AND THE IMAGE OF THE CITY CENTER OF SANTIAGO DE CHILE

Natacha Calvet Tapia<sup>1</sup>

Recepción: 07/07/015 · Aceptación: 11/10/2015

DOI: <http://dx.doi.org/10.5944/etfvi.8-9.2016.16356>

### Resumen

Este artículo analiza la relación de la imagen del espacio central de una ciudad y la calle como escenario de esparcimiento y las prácticas lúdicas que en ellas se manifiestan.

Los espacios que permiten o promueven las actividades lúdicas y festivas, ya sean parques, plazas, paseos o simplemente calles, en el Centro de la ciudad de Santiago de Chile responden a la necesidad consensual de todos los actores que componen ese espacio.

Contribuyen a crear sentimientos de pertenencia e identidad, a disimular las diferencias sociales, como también constituyen una necesidad desde el punto de vista turístico y comercial. Mejoran la calidad de vida de los habitantes, a la vez que construyen una imagen positiva del territorio.

Los espacios lúdicos y las actividades lúdicas son utilizados como instrumento por todos los actores y colectividades sociales, ya sea para ordenar, normalizar y estructurar dichos espacios y dichas prácticas; o para criticar y subvertir ese orden; o para obtener beneficios económicos.

No existe una relación de causa-efecto entre la organización espacial planificada y las vivencias y apropiación de un espacio por parte de la población. Dicho de otra manera las personas no necesariamente usan o viven el espacio según sea la voluntad institucional.

### Palabras claves

Espacio central; imagen de la ciudad; la calle; prácticas de esparcimiento.

---

1. Doctorando UNED; <[natacha.calvet@yahoo.fr](mailto:natacha.calvet@yahoo.fr)>.

## Summary

This article examines the relationship between the images of central and the street as a leisurely space in a city against the recreational practices that are enacted in them.

The spaces that foster festive and recreational activities, such as parks, squares or simply streets in the center of Santiago de Chile meet a consensual need of all actors involved. They contribute to create feelings of belonging and identity, to soften social differences, in addition to responding to the needs of trade and tourism. They improve the quality of life of the city residents and build a positive image of the territory.

Recreational spaces are used as tools by all actors and social collectives, whether to regulate, standardize or structure both the spaces and the practices, to criticise or upset that order, or to obtain financial benefits.

There is no cause-and-effect relation between the planned spatial organization and the lived experiences and the appropriation of a space by the inhabitants, as people do not necessarily live the space or occupy it in agreement with the institutional will.

## Keywords

Central space; image city; the Street; leisurely practices.

*«El paisaje urbano es algo que debemos ver, que debemos recordar y que debe deleitarnos».*

Kevin Lynch (Lynch 1998)

## 1. INTRODUCCION

La calle es un elemento fundamental en la estructura urbana. La calle forma parte de la vida cotidiana, se alimenta y realimenta a través de la memoria, Aporta sensaciones de olor, color, sonidos que tienden a generalizarse a un sector mucho más importante. La calle es el trayecto cotidiano, es el paso hacia la libertad, hacia el exterior, y es también el lugar de encuentros. Estimula la imaginación. La calle ha sido representada ininidad de veces. No todos perciben la calle de la misma forma. Existen grupos que se apropian de la calle en forma continua (es el caso de los artistas callejeros), otros de forma esporádica y no es raro escuchar a varios decir es «mi» calle.

La calle forma parte del espacio público, que como lo definiera Michel Lussault, está estructurado por los flujos y las corrientes que lo recorren. (Levy 2003:336).

El lugar inmediato, contiguo a la casa es la calle. A veces forma parte de la casa. Los adultos se sientan a conversar con los vecinos.

Ya en 1961 Jane Jacobs escribía a propósito de la calle que gozaba de un buen funcionamiento gracias a un sentimiento de solidaridad. Alberto Magnaghi va más lejos aún y sostiene que es allí donde se establecen relaciones no jerarquizadas, en las que las relaciones solidarias globales se desarrollan «desde abajo». (Terrin 2011)

La calle no es considerada comúnmente como un espacio de esparcimiento sino más bien es el espacio de circulación.

El poder de los usos que se le confieren a la calle son, dice Michel de Certeau, «una manifestación del poder de resistencia y creatividad de los usuarios», en particular de los peatones, quienes por «su movimiento, su presencia corporal y su libertad de acción construyen los lugares», asegura Catherine Foret. (Terrin: 215)

La calle como símbolo puebla toda la producción artística, pintura, cine, fotografía, literatura, etc. Dentro de la ciudad pocas construcciones poseen más imágenes simbólicas que la calle.

A pesar que la calle parece ser todo lo contrario de un espacio para el esparcimiento y el juego, se transforma en espacio lúdico deliberadamente por voluntad institucional, o bien espontáneamente porque grupos le atribuyen el sentido de escenario para alguna manifestación.

Este artículo intenta reflexionar acerca de la calle como un escenario en el cual se producen actividades artísticas y de esparcimiento, que forman parte del patrimonio «intangibles» y que contribuyen a dar identidad a un territorio (Capel 2014). Las razones por las que se producen o se permiten y las consecuencias sobre la imagen de un espacio determinado.

La imagen de un espacio determinado posee su propia representación, la imagen que inspira y la imagen que le es impuesta. La ciudad asegura Guy Mercier tiene un destino común con la imagen que posee. La manifestación de esta simbiosis es

la dinámica urbana. La representación de la ciudad participa en la organización territorial. Organizar el territorio es actuar sobre su imagen conjuntamente con reaccionar ante su imagen. (Berdoulay y Gomes 2010:24)

Situaremos primero espacialmente el objeto de nuestras observaciones.

## 2. LA CIUDAD, LA COMUNA Y EL CENTRO DE LA COMUNA

La ciudad de Santiago de Chile, se divide en comunas. La más antigua recibe el nombre de Comuna de Santiago. Un área dentro de esa comuna, presenta el mayor atractivo turístico y la mayor y variada oferta de espacios artísticos y lúdicos.



FIGURA 1.- LA COMUNA DE SANTIAGO.

Esta comuna alberga las funciones de gobierno, negocios y servicios, y un sistema de barrios mixtos cada uno con identidad propia, en los cuales la vivienda coexiste con actividades económicas.

La concentración de actividades de tal importancia, en un reducido territorio, genera poderosas fuerzas de atracción para otras funciones que dependen en gran medida de la cercanía de los centros de comunicación, de poder y de decisión, tal es el caso del turismo.

Dentro de la comuna hemos seleccionado un área que es la que propone el mayor atractivo desde el punto de vista turístico, con dos barrios considerados como patrimoniales por la Oficina de Turismo. Barrio Brasil y Barrio Yungay son

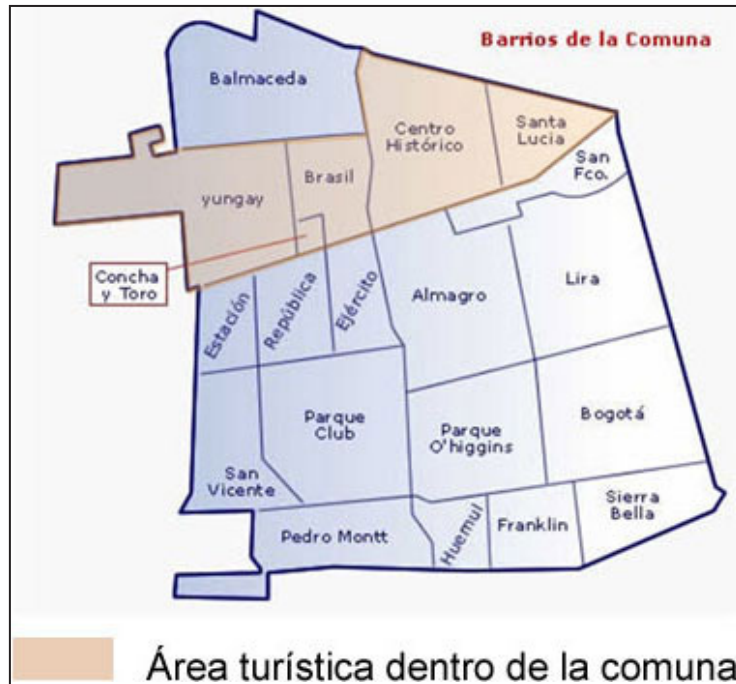


FIGURA 2.- ÁREA TURÍSTICA DENTRO DE LA COMUNA.

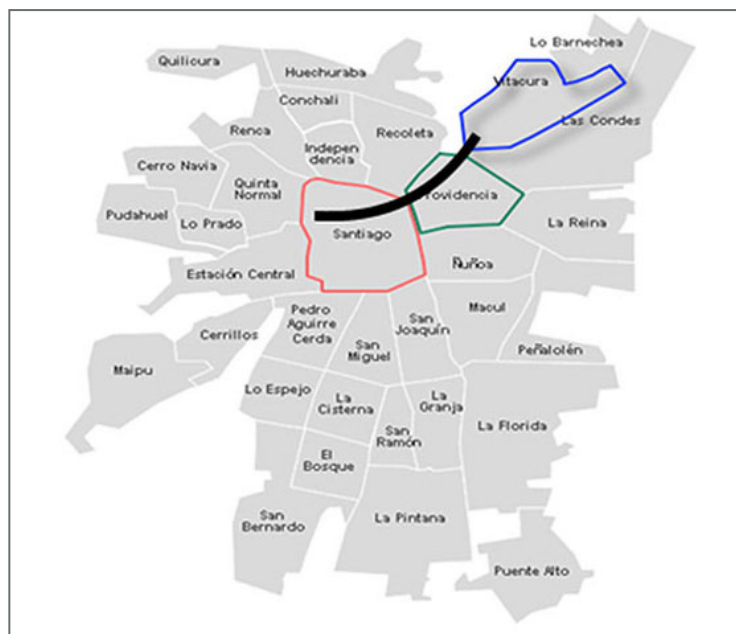


FIGURA 3.- EJE TURÍSTICO.

patrimoniales, el Centro histórico y Santa Lucía son los que contienen el mayor patrimonio histórico y cultural de la ciudad.

Esta área se ha seleccionado por la gran afluencia de transeúntes así como turistas en general. Las prácticas lúdicas están asociadas, sino al turismo, orientadas hacia la población que posee tiempo libre, que es una de las tres condiciones que



permiten considerar el turismo como una actividad factor de desarrollo que serían el tiempo libre, los medios financieros, y la libertad de los turistas por un lado de desplazarse y de las poblaciones locales por otro de acogerlos. (Laurent 2009:38)

Las calles de este espacio ofrecen numerosas atracciones y espectáculos que van desde manifestaciones artísticas callejeras espontáneas o programadas. Exposiciones al aire libre; Grafitis en las paredes, vendedores ambulantes, manifestaciones políticas, carnaval, y por sobre todo el espectáculo que ofrece el gran escenario en el que todos los habitantes, residentes o turistas, son actores,<sup>2</sup> y que, con su presencia construyen la imagen de un lugar.

En negro el eje turístico de Santiago que ofrece la mayor cantidad de monumentos, espectáculos, museos, patrimonio etc. promovidos por la Oficina de Turismo.<sup>3</sup>

Dentro del área seleccionada se encuentra lo que la población suele considerar el centro de la ciudad.

Hasta la década de los 60 «el centro» dominaba sin contrapeso en su condición definida como *Central Business District* (CBD) (Zarate 2003:107). No había surgido otro sector de la ciudad que le disputara tal función, sin embargo se pensaba que el centro era feo. Se le comparaba con el de Concepción por ejemplo, recién reconstruido tras el catastrófico terremoto del 60.

El Centro, el CBD, era también centro histórico y Centro Fundacional.

Es solo durante la década de los 90, que comienza la renovación del centro, que considera entre otras cosas renovar parques y plazas así como embellecer fachadas y poner en valor monumentos y obras de arte.

El centro se define entre otras cosas por su atractivo turístico, donde anualmente concurren alrededor de 500 000 visitantes nacionales y extranjeros (Ilustre Municipalidad de Santiago). Si consideramos el punto de vista de Violier y Zarate (Duhamel y Knaffou 2007:147), y pensamos el turismo como actividad recreativa, en la que el turista frecuenta una sola parte de la ciudad, y aplicamos esto a Santiago, podemos afirmar que el centro de Santiago es privilegiado, y es sin lugar a dudas uno de los sectores más frecuentados.

### 3. PRACTICAS LUDICAS

Las prácticas lúdicas pueden ser desarrolladas por aficionados, como corales, pintura, lectura, grupos de teatro, de música, talleres de danza, turismo, juegos etc., que son consideradas como prácticas culturales de aficionados «ordinarios» o pueden ser desarrolladas por profesionales.

En el primer caso se consideran como actividades lúdicas que forman parte de la vida cotidiana, donde no interviene más objetivo que el de la distracción. En este caso las personas que las practican serían consideradas como consumidores y en el

---

2. Goffman sugiere comparar la vida cotidiana con una escena, como un teatro, actores, y un público, en el que los habitantes son actores y público a la vez.

3. La Oficina de Turismo depende de la Municipalidad de Santiago.

segundo caso estas actividades están asociadas a la industria del entretenimiento, es decir asociados a la producción.

Desde que Johan Huizinga escribiera su famoso *Homo Ludens* el interés por estudiar el juego y las distracciones no ha cesado de aumentar y no solo porque en la actualidad, en las sociedades postmodernas los fenómenos estéticos son integrados en el universo de la producción, comercialización, y comunicación de bienes materiales constituyendo inmensos mercados, creando a gran escala sueños, imaginario, emociones. «El arte hoy día más que un relato trascendente es una estrategia de márketing, con finalidad de distraer, para captar los deseos del consumismo hedonista y aumentar los márgenes de ganancia. Después del arte para Dios, el arte para los Príncipes, el arte por el arte, triunfa el arte para el mercado» (Lipovetsky, Serroy:26)

El aspecto económico de todas las actividades que se realizan en la ciudad (no solo lúdicas) ha pasado a cobrar tal importancia que ya no se habla de habitantes sino que se habla de usuarios.(Paquot et al:233)

Para los geógrafos sin embargo no es solo porque incide en el mercado y en la economía sino porque el juego, las distracciones y las expresiones artísticas poseen una innegable dimensión espacial.

El estudio de los temas como el esparcimiento y las actividades lúdicas ha evolucionado en el tiempo, introduciéndose la dimensión cultural de los mismos. (Claval:2003)

Al ser interrogadas cien personas al azar en el Centro de Santiago de diferentes edades acerca de los lugares de esparcimiento que frecuentaban, se obtuvieron los siguientes resultados.

Todos los encuestados aseguran frecuentar varios lugares de esparcimiento.

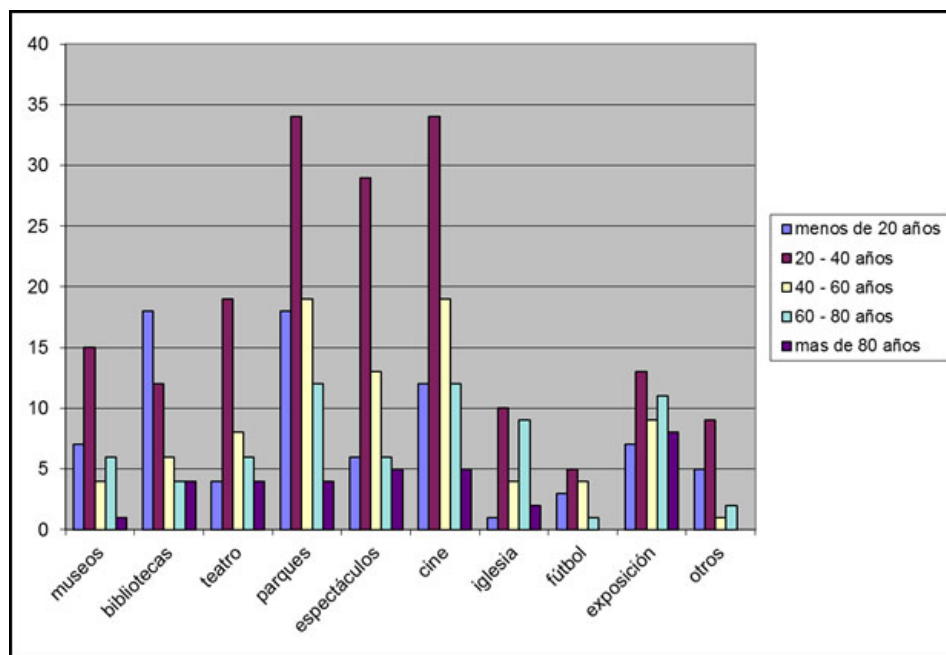


TABLA 1.- LUGARES FRECUENTADOS SEGÚN EDAD.

Los lugares de predilección por su frecuencia resultaron ser los parques en primer lugar y en segundo lugar el cine.

La asistencia a determinados lugares varía también según la edad. Por ejemplo los menores de veinte años frecuentan mayoritariamente las bibliotecas, probablemente porque son estudiantes, pero frecuentan los parques porque son gratuitos. De todas las actividades la más homogénea resultó ser la asistencia a exposiciones.

Cabe hacer notar que en la encuesta no se les preguntaba el por qué asistían a tal o cual lugar, sin embargo la mayoría de ellos agregó un comentario dando explicaciones acerca de las razones que los motivaban. Notando por ejemplo, voy al parque porque llevo a mis hijos, o bien voy al cine para poder saber lo que se está haciendo. Si en Chile las actividades de recreación o esparcimiento necesitan ser justificadas es porque aun a diferencia de Europa no se considera como un derecho. El escaso desarrollo del turismo a nivel institucional refleja esta misma conclusión.

Las prácticas recreativas en la calle están asociadas en su mayoría a la movilidad. A la pregunta si les parecía positivo para la imagen de la ciudad la existencia de artistas callejeros, 95 personas de 100 contestaron que sí. Agregaron que les parecía entretenido y que salían de la monotonía.

#### 4. MOVILIDAD

Aunque la movilidad no es nueva es LA característica de nuestra época mundializada. Nunca antes, desde la prehistoria el hombre se había movido tan masivamente, con tanta frecuencia y convicción, solo por placer y si es por trabajo no importando estaciones ni tiempo ni horario. Movilizarse hoy en día es un acto banal. ¡Lejos el tiempo en que Cristóbal Colón necesitaba las joyas de la reina y meses de preparación para poder descubrir un continente! Medios de transporte, infraestructuras, facilitan los desplazamientos cada vez más importantes. Las formas de movilidad son cada vez más sofisticadas aunque vuelven a ponerse de moda las viejas prácticas dejadas de lado durante el apogeo de la modernidad. Se reconsidera bueno caminar, usar la bicicleta, el monopatín, etc. La movilidad evoluciona, y debiera cambiar más aun para así adaptarse a las necesidades del siglo XXI más ecológicas, más económicas, más solidarias, más democráticas, más participativas, amenas, entretenidas.

Queremos decir con esto que las formas de moverse tienen que ver tanto con la tecnología como con la cultura. También tiene que ver con la cultura los tiempos de la movilidad. Durante los meses de verano nos movemos hacia los centros de recreación. En semana nos movemos hacia el trabajo durante el día, en cambio el fin de semana nos movemos de noche. No siempre ni en todas partes ha sido así. También podemos movilizarnos virtualmente.

Para Guy Di Meo caminar es una práctica espacial que permite una apropiación del sistema topográfico, permite tomar conciencia de un lugar, y establecer relaciones con y entre los entornos (Di Meo: 181).

La movilidad «moviliza» medios, personas, ideas, imaginación, crea industria y los filósofos e ideólogos escriben acerca de ella. Los geógrafos, demógrafos, urbanistas analizan la cuestión.

La movilidad encierra dimensiones que no son explícitas, una importante dimensión económica o política son dimensiones que es frecuente asociar. Sin embargo la dimensión estética es la menos analizada. La estética juega un rol esencial en la concepción y realización de los medios de transporte. La movilidad es estética cuando se usa para bailar. La movilidad tiene una dimensión religiosa si la necesitamos para orar o peregrinar, la movilidad es indispensable si queremos mantenernos en buena salud, constituye un elemento esencial en la competencia deportiva. La movilidad extrema es asociada al triunfo y al éxito. Los héroes modernos pisaron la luna, fueron al espacio, recorren distancias y salvan vidas a gran velocidad, montados en carros de bomberos, policial, etc.

Visto de esta manera la movilidad es una experiencia de vida, y como tal produce emociones, sensaciones, conocimiento, crecimiento personal. La movilidad es acción. Impedir la movilidad o cierta movilidad o reprimirla, tiene un contenido ideológico, pensamos en los pies vendados de las mujeres en China hasta mediados del siglo XX, las cadenas a los pies o cuello de los esclavos etc.

El movimiento es en sí un acto de estética. Moverse con gracia, con garbo, con elegancia. Las modelos se desplazan a lo largo de las pasarelas con la mirada fija e indiferente.

Saber moverse implica también la habilidad para moverse en sociedad, para establecer contactos.

Existe también la movilidad simbólica y concebimos la movilidad social, o ascensión social; podemos también distinguir un movimiento cultural. El flujo de ideas o de capitales no está ausente de nuestras preocupaciones.

Todo este mundo que se mueve es movido a su vez por fuerzas físicas involuntarias, la tierra da vueltas alrededor del sol, la luna gira en torno a la tierra, los océanos se mueven y los alisios giran en sentido inverso a los contralisios. Y en Chile los terremotos y maremotos mueven y se mueven edificios, playas, costas, pavimento, etc.

Como si fuera poco la movilidad genera empleos, riquezas, expectativas, ilusiones, sueños, imágenes.

Medirla no es fácil, existen diferentes escalas. Las grandes migraciones no se miden igual que la movilidad cotidiana. Que la movilidad sea agradable o desagradable no tiene necesariamente que ver con la distancia que se recorre, sino con el objetivo que se persigue. Un mismo recorrido puede ser visto como una obligación un lunes y ser considerado un agradable paseo un domingo.

Los recorridos constituyen una fuente de construcciones simbólicas. Durante el recorrido nos percatamos de variadas formas u objetos que nos llaman la atención y van a adornar nuestro imaginario. Muchos de esos objetos se transforman en el símbolo de un espacio determinado. Ayudado por toda la publicidad existente están los símbolos que son compartidos, sin embargo existen símbolos que solo tienen significación para un individuo en particular, que evocarán todo un territorio.

Siendo aún estudiante e invitado por la ciudad de Arles en el sur de Francia, le pedimos a una veintena de personas que dibujaran el centro de la ciudad. Los resultados fueron sorprendentes pues muchos dibujaron un solo objeto representando el lugar. Por otro lado no todos dibujaron lo mismo, y las dimensiones que les atribuyeron revelaban más del imaginario que de la realidad.

Observar a los otros moverse es un verdadero espectáculo. El moverse forma parte de ese teatro urbano al cual todos participamos, del cual todos somos actores, que hace de los centros urbanos centros atractivos, llenos de vida.

Cualquiera que sea la apreciación de la movilidad, se necesitan varias condiciones para que esta se desarrolle en armonía. Debe haber un sistema de información, normas, códigos, señales, cartografía, conocimientos y sobre todo imaginación.

Es aquí donde intervienen los poderes públicos, señalizando informando o desinformando, poniendo en valor lo que se estima digno de ser admirado, e indicando exactamente dónde y cómo debemos disfrutar de nuestro tiempo y espacio de esparcimiento.

Cada itinerario posee ciertas prácticas, ¿o podríamos decir que a cada práctica corresponde un itinerario? El café que frecuentamos, la panadería de la esquina, el parque en el cual corremos, la mirada con la cual barremos el Metro para determinar el asiento que nos permitirá terminar el emocionante capítulo de la última novela policial.

Quizá el mayor atractivo del Centro de Santiago sea su gran afluencia de público. Los peatones transitan preferentemente por los Paseos Peatonales.

## 5. ACTIVIDADES LÚDICAS

Estos Paseos permiten varias actividades lúdicas y esparcimiento. Los principales son Paseo Ahumada; Paseo Huérfanos; Paseo Puente; Paseo 21 de Mayo; y Paseo Estado.

Los cafés y terrazas permiten el descanso; Los artistas callejeros, músicos, payasos, malabaristas, actores, prefieren los Paseos Ahumada y Huérfanos. Para los jubilados una buena alternativa es el paseo 21 de mayo que ofrece terrazas en las que se puede jugar ajedrez.

El comercio callejero necesita un permiso de la Municipalidad para poder vender, revistas, periódicos, bebidas sodas, el típico Mote con huesillos, artesanía; sin embargo el comercio informal es tolerado (no es permitido) en ciertas ocasiones.

Si la fiesta o expresión artística no es planificada y es el resultado de voluntades e iniciativas privadas y espontáneas generalmente reciben el nombre de arte callejero.

Músicos, pintores, poetas, bailarines, payasos, adornan las ciudades de manera regular, y esporádica, tolerada por los poderes públicos, generalmente ofrecen una verdadera muestra de la realidad social, de las preocupaciones cotidianas de los habitantes. Interpelan al transeúnte, lo divierten sin la obligación de asistir a un espectáculo hasta el final.

Aunque la mayoría de los artistas callejeros son los mismos que podríamos encontrar en cualquier ciudad del mundo, a excepción de los chinchineros<sup>4</sup>, las

---

4. El chinchinero es un personaje popular chileno que lleva en su espalda un bombo el cual golpea con unas varas, además de dos platillos sobre el bombo, que suenan gracias a la acción de una cuerda, atada a un zapato del ejecutante, quien baila acrobáticamente, y también un triángulo que suena de forma aleatoria dependiendo de los movimientos realizados por el ejecutante y su golpe en el bombo. El Chinchinero nació en la Región Metropolitana

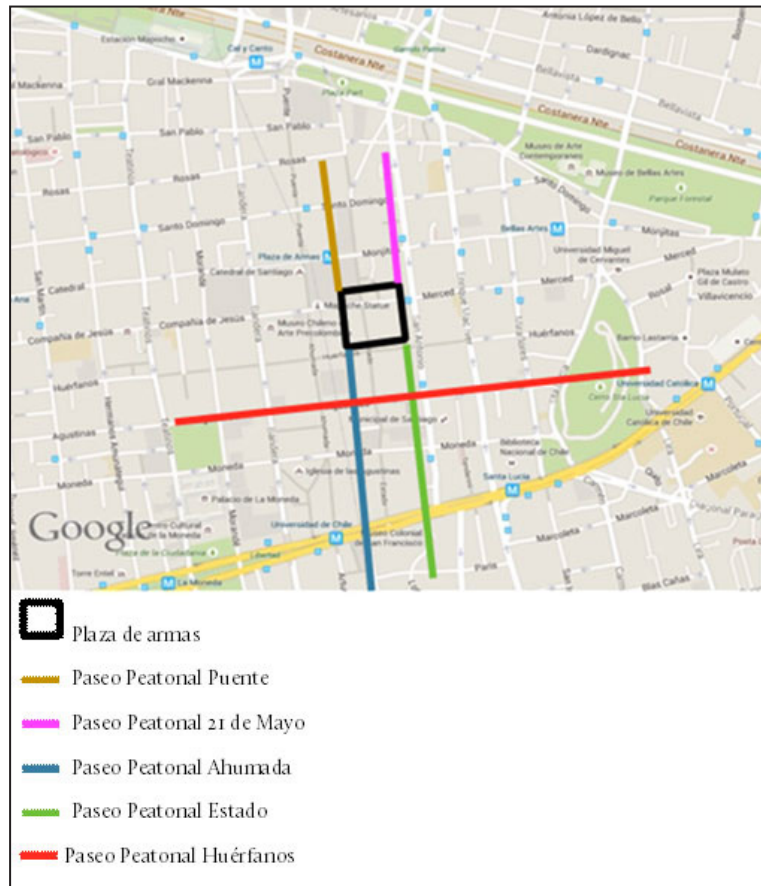


FIGURA 4.- PRINCIPALES PASEOS PEATONALES EN EL CENTRO DE SANTIAGO.

temáticas son locales y gran cantidad de ellos abordan temas de actualidad y hacen crítica social.

La cantidad de artistas callejeros son estímulos que hacen una ciudad amena y entretenida. Le dan a un barrio una cierta identidad, son los barrios en los «que pasa algo» que poseen vida.

Los pintores se localizan en la plaza de Armas y han pagado el derecho a exponer. Numerosos murales y grafitis adornan varias paredes.

Los pintores le otorgan un ambiente bohemio al sector sur de la plaza de armas.

Los pintores en la plaza de armas es una actividad permanente a diferencia de los grafitis que son esporádicos pero se mantienen en las paredes un cierto tiempo. Los grafiteros también poseen un permiso y se les atribuyen ciertos muros en los que pueden expresarse.

A veces el grafiti a diferencia de los Estados Unidos, que lo viera nacer, conserva un mensaje político, social o poético (Wehrlin: 71)

---

de Santiago. y tocaba el chinchín y el bombo apoyado en el organillo (sin bailar), además del chinchín, se ponía cascabeles. Años después algunos comenzaron a imitar esta costumbre, todavía sólo en la Región Metropolitana. En la década de 1930 comienza el oficio de chinchinero como lo conocemos hoy día.



No todos los grafiteros pueden expresarse en los muros del Centro. Estos son seleccionados en función de su proyecto. Es el caso del grafiti de calle Monjitas que fue diseñado por Inti de renombre internacional.

Lo anterior contradice el espíritu mismo del grafiti pues para muchos aficionados transformarse en artistas institucionalizados significa «traicionar» sus valores y someterse a los «estrechos marcos» que impone la autoridad. El movimiento de grafiteros permite afirmar ciertos valores «de clase» y un mayor control de su propia acción. Recordaremos, como lo afirmara Bourdieu que toda obra no es solo expresión, sino que también es una toma de posición en el espacio de posiciones posibles.

A veces la Municipalidad organiza algún evento en el que se exponen grafitis con una temática especial. Por ejemplo discriminación, maltrato infantil, etc.



FIGURA 5.- GRAFITI REALIZADO POR INTI.

Foto de grafiti desde el bus Turistik  
por calle Monjitas, en Barrio Bellas Artes

El bus «Turistik» especialmente destinado a los turistas que constituye un espacio de atracción en sí, se mueve por un recorrido cada dos horas.

No todas las actividades que se realizan en la calle son efímeras y espontáneas, ciertas actividades corresponden a la voluntad institucional y se repiten periódicamente como es el caso de las fiestas nacionales. La calle, plaza o parque que se destina para celebrar es enteramente programada por la Municipalidad del sector.

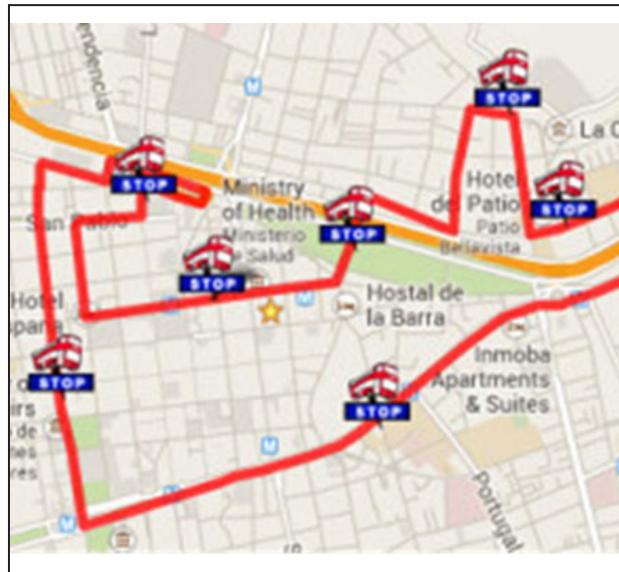


FIGURA 6.- RECORRIDO DEL BUS TURISTIK EN EL BARRIO CÍVICO.

## 5.1. LAS CELEBRACIONES EN LA CALLE

Para que una comunidad construya su identidad, debe inevitablemente alimentar la memoria colectiva.

Los lugares físicos son indispensables para establecer el marco de toda conmemoración que refuerce su identidad. He aquí toda la importancia de crear un monumento o poner una placa recordatoria, pues la identidad socio-espacial se fabrica y es lo que permite la legitimación del poder político.

«El montaje contribuye a la constitución de un imaginario, de una ética, de una fuerza política y social, y de un territorio.» (Di Meo 2001:57)

Es la razón por la que se organizan las fiestas y celebraciones nacionales. Cuando queremos comunicar las ideas o imágenes usamos un discurso, que puede según el caso trascender una o varias generaciones. Se vuelven intemporales, se adaptan a cualquier época, y a varias realidades.

Durante la fiesta el lugar se transforma en un lugar de encuentro y de ensueño, en un breve lapso de tiempo, la utopía de una vida feliz, compartida y multicolor se hace realidad.

Por otro lado las fiestas son un aporte benéfico en la vida cotidiana de los habitantes.

Cada fiesta hace un aporte a la concepción que una sociedad tiene del mundo y de su representación. Cada fiesta tiene una función precisa, en las cuales la población coopera para que esa función se cumpla, y coopera de forma voluntaria, agregando elementos que realzan el espectáculo. Participando, disfrazándose, comprando objetos, celebrando de forma pública y privada, individualmente o colectivamente. Los mitos urbanos se refieren a lugares. Pareciera que los barrios buscan identidad, buscan identificarse a una historia local valorizando su patrimonio y en el peor de los casos de inventarse una. A la vez reivindican la pertenencia a la ciudad.



Por ejemplo el 18 de septiembre<sup>5</sup>. La gente puede celebrar en lugares públicos pero muchos celebran en sus casas, en familia.

La anterior Presidenta de la Junta de Vecinos del Barrio Yungay<sup>6</sup>, Sra. Hilda Cáceres, en la entrevista que realizáramos nos describía la batalla de Yungay como un hecho ocurrido en la plaza del Barrio. La batalla de Yungay se produjo en realidad en la localidad peruana del mismo nombre.

## 5.2. LOS ESPACIOS Y LAS PRÁCTICAS CREAN SENTIMIENTOS DE PERTENENCIA E IDENTIDAD

El carnaval en el Barrio Yungay se realiza en enero de cada año. Se celebra el «Día del Roto Chileno» en reconocimiento a los soldados que participaron en la Batalla de Yungay el 20 de enero de 1839 donde las tropas comandadas por el general Manuel Bulnes vencieron a la Confederación Peruano-Boliviana.

Originalmente «el roto» es un personaje mestizo chileno de origen urbano, representativo de la chilenidad, descendiente de españoles e indígenas, fue despreciado en el siglo XIX a la luz de las teorías raciales en boga. Pero a comienzos del siglo XX surgen autores que descubren en él cualidades, tratando de elevarlo a símbolo de la nación. Se le atribuyen las cualidades de ingenioso, creativo, y capaz de adaptarse a múltiples situaciones en el que siempre sale airoso.

A mediados del XX el dibujante Pepo creó una caricatura que lo representa, el popular Condorito, que debe su nombre al Cóndor, símbolo del escudo nacional.

He aquí cómo se publicitó la fiesta que tuvo lugar en 2015:

«Como es habitual, con música, teatro, ferias, carnavales y un sinnúmero de actividades culturales, se realizará una nueva edición de la Fiesta del Roto entre el 10 y el 20 de enero en el Barrio Yungay.

En esta tradición, que tiene más de 160 años de antigüedad, contará con la participación de 100 colectivos, organizaciones, instituciones y agrupaciones comunitarias a lo largo de las cerca de 40 actividades.

Este año, se decidió eliminar el carácter «chileno» de la festividad, «para mejorar la integración y dejar de lado el espíritu chovinista», dijo José Osorio, presidente de la junta de vecinos del Barrio Yungay.

«Vamos a sacar al espacio público todo el capital cultural que alberga este barrio patrimonial de Santiago. Tenemos una programación extensa que da cuenta de la diversidad de este sector», aseguró Osorio.»

5. El 18 de septiembre es la fiesta más importante en Chile. Es la fiesta nacional, que celebra la Independencia.

6. El Barrio Yungay pertenece a la comuna de Santiago, es considerado un barrio patrimonial. Ver figura 2

Durante diez días se realizan distintas actividades variadas y múltiples que van desde canto lírico, exposiciones de pintura, teatro fotografía, fútbol, competencias etc. que culminan con el carnaval en domingo.

En la presentación se elogian las características «especiales» del Barrio calificado de patrimonial, de gran diversidad y abundante capital cultural.

La fiesta del Roto chileno se llama actualmente Fiesta de la Challa pues la razón de lo políticamente correcto dominó por sobre la tradición. (Challa es el nombre que se le da al confeti en Chile, palabra de origen quechua que significa rociar con agua.)

El carnaval es una actividad no es un objeto tangible invita a las sensaciones, emociones no a la reflexión, pretende arrastrar al espectador hacia un mundo fantástico donde la imaginación construye un momento de alegría y buen humor. Es movimiento por excelencia, también es un recorrido preestablecido, en ese sentido el carnaval es real, pero su contenido rico en imaginario y representaciones hace que este sea un elemento constitutivo de territorialidad. Territorialidad individual, y también grupal o colectiva.

En ese sentido cada carnaval se identifica a un territorio y es posible que incluso pasa a llamarse ya no carnaval, sino que se le llama por el nombre de la localidad. Por ejemplo la Tirana es el carnaval de la Tirana. La identificación territorial es en los dos sentidos, se identifica a un lugar con el carnaval, y por otro lado el carnaval le da una identidad al lugar. El espacio del carnaval es un espacio vivido. El carnaval como otras fiestas posibilita la construcción del mito acerca de un lugar. Un solo día de fiesta crea en las personas la imagen de que la felicidad es permanente.



FIGURA 7.- RECORRIDO DEL CARNAVAL EN EL BARRIO YUNGAY.

*Es un barrio feliz – ahí la gente es simpática- es un barrio alegre-* opinan transeúntes. Son actividades como estas las que permiten desarrollar otras mucho más permanentes. Se instalan en el Barrio agrupaciones culturales que desarrollan y preparan

lo que se presentará el día del carnaval. Sin contar con el dinamismo económico que provoca la gran afluencia de público.

La calle es el espacio donde se desarrolla un carnaval, en la calle los actores encuentran su público. Por el espacio de tiempo de un día el anonimato de la calle desaparece.

Las prácticas urbanas cotidianas se ven modificadas, pero son curiosamente reemplazadas por otras que se van a repetir casi con precisión al año siguiente. Así se construye la leyenda urbana.

El día del carnaval, se suspende el tráfico en el sector por donde pasan los actores, lo que pone de relieve otra dimensión de la ciudad, otros ruidos, la circulación es peatonal, y permite una sensación de libertad que contribuye a construir la magia del momento. Esto es válido en todos los carnavales, fiestas, ferias y festivales. No todos los transeúntes son espectadores, o no lo son todo el tiempo, muchas familias con niños juegan alrededor, otros consumen bebidas, helados o se sientan en alguna terraza, participando distraídamente en el evento. Es todo el ambiente creado que hace que un carnaval sea exitoso.

La calle constituye el espacio privilegiado del carnaval ellos circulan en desfiles. La calle es el encuentro con todo el público.

Es así como la ausencia de calor humano de contacto en las calles que es el hecho de la vida cotidiana desaparece por un tiempo.

El carnaval permite hacer pasar emociones en el individuo como de los lugares. Los individuos y los lugares se impregnan de las emociones que provocan los trajes coloridos, la música y que transmite la danza. Pero no es solo el color lo que provoca emoción. Existen referencias a territorios específicos que evocan recuerdos en los espectadores. Así cada grupo representa algún territorio, que no es más que una representación vaga, sin embargo se produce una identificación por parte del público, que se reconoce en los artistas. Ejemplo música chilota, o danzas del altiplano.

Se le otorga un sentido al desfile. Es un momento intenso de participación tanto de los que observan como de los que participan.

El territorio construido por el desfile demuestran la dimensión de los espacios vividos de sus músicos y bailarines pero también la del espacio del mito: mito de la convivialidad, del micro territorio, de la hermandad, de la solidaridad, de la alegría y de la opulencia.

El concepto del carnaval es un concepto ideológico y se desarrolla en función a ese ideal. La identificación opera en varios sentidos, por un lado los espectadores se identifican al grupo que los representa, pero por otro lado todos se identifican al Barrio que permite ese momento de alegría. Es un territorio aparte.

Los habitantes del barrio se sienten orgullosos de vivir en él.

*Vivir en este barrio es perseguir una utopía. No siempre había conciencia de lo especial de este barrio, el contexto cultural ha ido cambiando a través de los años.* José

Sin la misma periodicidad, capítulo aparte merece la fiesta que provoca el fútbol, que ha pasado a constituir un evento tan importante como el 18 de septiembre.

Las celebraciones de los hinchas, se producen en la plaza Italia, que debe ser esencialmente la razón por la que los santiaguinos identifican la plaza dentro del centro, aunque pertenece a otra comuna. Generalmente los vencedores cogen por

asalto la Alameda que es la principal arteria de la ciudad haciendo sonar el claxon de los vehículos.

En este caso la plaza es el marco de la emoción colectiva, la comunión en una misma identidad, muchas veces tiene derivaciones de manifestación política. Los clubes también engloban una cierta afinidad política.

Pudimos observar que en días de fútbol, los hinchas se dirigen hacia el estadio agrupados según el club al que pertenecen, y privilegian una u otra forma de transporte. Así, si el «Colo-Colo», coge el metro, la «U», se desplaza en bus.

Los espacios lúdicos son un motor para el desarrollo del turismo

Toda ciudad se esfuerza, con resultados desiguales, en construir una dimensión festiva, afirma Knafo.

Las fiestas religiosas en Chile constituyen un importante recurso turístico. Este tipo de fiestas se encuentran en muchas ciudades o pueblos, no es un fenómeno característico en Santiago. Así la fiesta de la Tirana, en el Norte, el lugar se vuelve real y cobra sentido aquí se modifica la arquitectura, la organización social etc. dura una semana el poblado cobra vida durante ese lapso de tiempo.

Igualmente las fiestas asociadas a la producción, por ejemplo, durante las vendimias para semana santa, con sus rodeos, o los mingacos en el sur se desarrollan atrayendo a numerosas personas en los cuales la población en general entra en el juego y participa integrándose al rito.

A veces se producen espontáneamente, por alguna celebración en especial, pero carecen de periodicidad.

El turismo cultural es una ventaja para la renovación urbana. Aunque se creen o recreen otros lugares, el privilegio lo poseen los lugares turísticos cuya centralidad es inobjetable asegura Gregory Monteil ( Duhamel y Knafo 2007:173).

Los acontecimientos de libre acceso, favorecen el sentimiento de igualdad, profundamente lúdico, simulando conocerse, las personas parecen transportarse al pasado. Varios estudios antropológicos califican de juego de roles en un escenario preestablecido.

Los mercados por ejemplo, son ruidosos, se escuchan gritos, lejos del ambiente de música ambiental de los supermercados. En cada barrio en determinados días el mercado de frutas y verduras se instala en la calle. Con excepción del Barrio cívico que no ofrece ningún mercado. Sin embargo existen en la calle puestos permanentes de frutas y verduras.

Pablo Neruda en «confieso que he vivido» explicaba que lo primero que hacía al llegar a una ciudad, era ir al mercado, pues le parecía que era la mejor manera de conocerla, y de impregnarse de los olores y colores locales.

Existe también un comercio específico más bien orientado hacia los turistas, que abarca desde comidas típicas, pasando por trajes, tejidos, joyas, artesanía. etc.

Finalmente el comercio informal, que le da mucha vida a las calles centrales, muchas veces depende del comercio establecido y en el peor de los casos lo favorece, pues en general es una pseudo competencia.

El comercio callejero es una atracción. Un mercado en el espacio público puede constituir un patrimonio inmaterial opina Juliette Bonnafé.

Se podría aplicar a ciertos lugares de Santiago, lo que Juliette Bonnafé constata en relación al comercio callejero en el centro histórico de ciudad de Méjico, es decir los turistas europeos se sienten encantados por el mercado callejero, que corresponde a sus expectativas de «autenticidad». La oferta en materia de turismo urbano monumental en Europa es tal, que si atraviesan el Atlántico es en general por otras razones. (Duhamel 2007:130)

Los espacios lúdicos controlan y canalizan las manifestaciones espontáneas de la población.

Las prácticas lúdicas en el espacio nocturno de la ciudad, contradictorio por excelencia, mucho más abierto, y mucho más cerrado. Abierto pues permite expresiones y comportamientos con mayor libertad y cerrados pues es allí y solo allí donde se producen.

Los bares y lugares que se mantienen abiertos toda o parte de la noche, es donde las personas se permiten comportamientos espontáneos inusuales en otros momentos. Bebidas alcohólicas, bailes, tenidas extravagantes, etc.

En nuestro estudio los lugares de esparcimiento nocturno no se encuentran ubicados en la Comuna, están preferentemente en la Comuna de Providencia y más específicamente en el Barrio Bellavista.

La Comuna de Providencia ha apostado por un desarrollo orientado hacia el turismo, que no es el caso de la Comuna de Santiago.

Las prácticas lúdicas son hoy en día un importante sector de actividad económica.

Para Huizinga a través de los juegos las sociedades expresan su interpretación de la vida y del mundo, (1970: 74). Urbano o rural, individual o colectivo los juegos revelan diversos aspectos de un espacio determinado, y participan a su estructuración, le dan sentido al espacio.

### 5.3. TURISMO

El turismo puede valorar, dotar de importancia un territorio. Gracias al turismo se desarrollan infraestructuras, redes, servicios, imágenes que producen y reproducen territorio.

El entorno natural para todo turista, más que los monumentos y el patrimonio es la población local.

Los turistas que van a Santiago buscan signos distintivos, lugares, objetos o personas que no encontrarán en otros lados. Santiago no ofrece gran diversidad de sitios o monumentos.

El centro propone algunos recorridos que es posible hacer a pie.

La guía turística Turistel, propone tres posibles recorridos (0, 1 y 2 en azul) para una visita rápida del centro, en los cuales se puede tener una clara impresión de los principales monumentos del Centro y Barrio cívico.

Considerando varios factores, históricos, sociales, culturales, económicos la ciudad de Santiago no es una destinación turística privilegiada para el turismo internacional, con excepción de la Comuna de Vitacura.





FIGURA 8.- RECORRIDOS PARA UNA VISITA RÁPIDA DEL CENTRO.

No existe una política clara y un proyecto consecuente para favorecerlo. El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, propone en su programa: «Dentro de las acciones más relevantes para 2015 destaca la implementación del Programa de Turismo Familiar; y un plan de inversión... de manera de hacer visible la oferta turística de nuestro país y ser más competitivos en el mundo. Los recursos iniciales para el año 2015 serán invertidos en tres mercados prioritarios: Estados Unidos, Brasil y Argentina, y estarán concentrados en acciones de promoción a consumidores finales.

Adicionalmente, se elaborará un plan de marketing internacional de Chile como destino turístico, el cual se complementará con un estudio de perfil de consumidor en mercados prioritarios, y se desarrollará un plan de marketing de turismo interno, que permita actuar estratégicamente e incluir herramientas de inteligencia de mercado.

Adicionalmente, se desarrollarán estrategias y planes para ampliar el uso de la capacidad instalada no utilizada durante las temporadas media y baja, incluyendo escalonamiento de vacaciones en estratos sin hijos en edad escolar.» (MEFT)

Se encuentra en la etapa de estudiar el perfil de los turistas, así como desarrollar un plan de marketing, que aún no se realiza.

No es extraño entonces descubrir que Santiago es solo una destinación pasajera, debido a la obligación de detenerse, pues el único aeropuerto internacional del país se encuentra en la Capital.

Más aun en la Oficina de Turismo nos explicaban que gran parte de los turistas que se alojaban en barrios no céntricos participaban de un programa preestablecido que no contemplaba la visita de ningún lugar céntrico ni monumento. Eran conducidos directamente a los lugares turísticos naturales.

Los turistas que visitan el Centro se concentran en especial en los paseos peatonales pues es allí donde se encuentran concentradas las Casas de Cambio, y en sus alrededores gran parte de los hoteles.

La presencia de turistas permite la imagen de una ciudad multicultural y cosmopolita.

## 6. CONCLUSION

La imagen que proyecta un territorio está íntimamente ligada a la vida que allí se desarrolla, al imaginario que proyecta, a las oportunidades que ofrece, a la integración y participación social, a la belleza arquitectónica, a los flujos de circulación, a las sorpresas y estímulos que provoca, a los recuerdos que suscita. Todo lo que produce sensaciones y emociones.

La imagen de la ciudad se construye tanto por los que la construyen y organizan, como por los que la habitan y visitan.

Los poderes públicos están interesados en permitir y promover actividades lúdicas y de esparcimiento por varias razones, económicas pues la venta de permisos genera ingresos a la municipalidad; también promover el turismo es un factor de desarrollo económico y generador de empleos; políticas pues normalizar las actividades lúdicas le permite controlarlas y por qué no, controlar también a la población, es posible determinar entonces dónde y cómo se divierte el habitante. Culturales pues las manifestaciones festivas generan y crean sentimientos de pertenencia, desarrollan la identidad nacional y local, alimentan la memoria colectiva y crean mitos y leyendas que generan cohesión social.

Sin embargo y como lo demostrara la historia reciente de Chile para que una fiesta se mantenga en el tiempo y provoque participación debe ser aceptada por el público en general. Por otro lado si arbitrariamente una manifestación es impedida, esta intentará por todos los medios de manifestarse.

Las fiestas y manifestaciones lúdicas deben ser consensuales o no lo son.

El Barrio Yungay es un ejemplo notable de cómo la imagen de un territorio genera determinados sentimientos de pertenencia o de identidad.

Por varios años el carnaval fue suprimido, y con el proyecto de Renovación urbana ese barrio debía ser transformado por las Empresas inmobiliarias. La población organizada lograba no solo restablecer las festividades tradicionales sino que además salvaban el patrimonio material consiguiendo que se le declarara zona típica.

Con el tiempo la imagen del Barrio se ha ido reforzando, al punto que ha ido sufriendo un proceso de gentrificación. Muchas personalidades e intelectuales se han instalado para vivir.

Las manifestaciones espontáneas de artistas callejeros son todo lo contrario de las actividades programadas. Son toleradas en ciertos espacios y dura un pequeño lapso de tiempo. Además se van cambiando de lugar. Sin embargo si se observa el efecto que producen es similar a la fiesta organizada. Son fuente de distracción y alegría, los transeúntes se detienen y ríen o aplauden según sea el caso. Interpretan el sentimiento general.

El ideal para los poderes públicos es controlar las actividades pues constituyen una fuente de ingresos, normalizan y canalizan las expresiones de la población.

El turismo en Santiago es insipiente. Por otro lado las autoridades desconocen los datos que podrían ser preciosos para una buena gestión del mismo. Los proyectos son vagos y recientes. A pesar de ello el turismo aumenta cada año, y los turistas aportan esa imagen positiva de alegría y despreocupación que solo poseen las personas que están de vacaciones.

A ninguno de los turistas entrevistados les ha gustado Santiago y la opinión es unánime al declarar que es una ciudad a la que no volverían.

Las razones invocadas son tan variadas como controvertidas, que van desde que los chilenos son fríos y poco acogedores, que no existen lugares auténticos, que la información es muy mala, que todo es caro, etc. Lo que demuestra finalmente que al Ministerio (MEFT) le queda mucho camino por recorrer.



## BIBLIOGRAFIA

- AMAR, Georges: *Ars mobilis, repenser la mobilité comme un art*, FYP Editions, France 2014, 128 pp.
- BAILLY, Antoine; BAUMONT, Catherine; HURIOT Jean-Marie; SALLET, Alain: *Représenter la ville*, Poche/Géographie, Economica, Paris, 1995, 112 pp.
- BAILLY, Antoine et al: *Les concepts de la géographie humaine*, Armand Colin, 2001, 333 pp.
- BEAUJEU-GARNIER, Jacqueline: *Géographie urbaine*, Armand Colin, Paris, 2006, 349 pp.
- BROWAEYS, Xavier; CHATELAIN, Paul: *Etudier une commune, paysages, territoires, populations, sociétés*, Armand Colin, Paris, 2005, 283 pp.
- CLAVAL, Paul: *Géographie culturelle. Une nouvelle approche des sociétés et des milieux*, Armand Colin, Paris, 2003, 287 pp.
- CAPEL, Horacio: *El patrimonio; la construcción del pasado y del futuro*, Ediciones del Serbal, España, 2014, 182 pp.
- DI MÉO, Guy: *Géographie sociale et territoires*, Nathan Université, Paris, 2001, 298 pp.
- DUHAMEL, Philippe et KNAFOU, Rémy : *Mondes urbains du tourisme*, Belin, Paris, 2007, 366 pp.
- DUHAMEL, Philippe; VIOLIER, Philippe: *Tourisme et littoral: un enjeu du monde*, Belin, 2009, 191 pp.
- GALETOVIC, Alexander: *Santiago, dónde estamos y hacia dónde vamos*, Centro de estudios públicos, 2006, 579 pp.
- GUIU Claire: sous la direction de, *Géographies et musiques, quelles perspectives?*, L'Harmattan, 2006, 143 pp.
- HUIZINGA, Johan: *A Study of the Play-Element in culture*, Beacon Press, 1971, 240 pp.
- LARRAIN, Jorge: *Identidad chilena*, Colección Escafandra, LOM, 2001, 274 pp.
- LAURENT, Alain: *Tourisme responsable. Clé d'entrée du développement durable, guide pour la réflexion et l'action*, Chronique sociale, Lyon 2009, 511 pp.
- LAZZAROTTI, Olivier: *Patrimoine et tourisme, Histoires, lieux, acteurs, enjeux*, Belin, 302 pp.
- LIPOVETSKY Gilles; SERROY Jean : *L'esthétisation du monde, vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Gallimard 2013, 493 pp.
- LYNCH, Kevin: *L'image de la cité*, Dunod, Paris, 1998, 222 pp.
- MONS, Alain: *Les lieux du sensible, Villes, hommes, images*, CNRS éditions, 2013, 258 pp.
- MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO: *Santiago Centro, Un siglo de transformaciones*, Andros, Santiago de Chile 2006, 165 pp.
- PAQUOT, Thierry; LUSSAULT, Michel et YOUNÈS, Chris: Sous la direction de, *Habiter, le propre de l'humain. Villes, territoires et philosophie*, La Découverte, Paris, 2007, 379 pp.
- PAULET, Jean-Pierre: *Géographie urbaine*, 2e édition, Armand Colin, Paris, 2005, 242 pp.
- PUMAIN, Denise; SAINT-JULIEN, Thérèse, *Les interactions spatiales. Flux et changements dans l'espace géographique*, Armand Colin Paris, 2001, 191 pp.
- RIVIERE D'ARC, Hélène et MEMOLI, Mauricio: Sous la direction de, *Le pari urbain en Amérique Latine, vivre dans le centre des villes*. Armand Colin 2006, 224 pp.
- TERRIN, Jean-Jacques: sous la direction de, *Le piéton dans la ville, l'espace public partagé, parenthèses*, Marseille, 2011, 279 pp.
- WEHRLIN, François: Sous la direction de, *Groupes, Mouvements, tendances de l'Art contemporain depuis 1945*, Ecole Nationale Supérieure des Beaux-Arts 1989, 171 pp.

ZÁRATE MARTÍN, Antonio: *El espacio interior de la ciudad*, Editorial Síntesis, Madrid, 2003, 253 pp.

ZÁRATE MARTÍN, Antonio: *Ciudad transporte y territorio*, UNED, Madrid, 2003, 245 pp.

#### REVISTAS

— Annales de géographie, 122<sup>e</sup> année, n° 694 Novembre-Décembre 2013 Armand Colin.

— Ciudad y Arquitectura, N° 142, 2009, *Patrimonio*, Colegio de Arquitectos de Chile.

— CTC Su Compañía: *Turistel*, *Turiscom*, Turismo y comunicaciones, 2004, 321 pp.

Santiago Ilustre Municipalidad, año 2, 2014, *Barrio Santiago*.

AÑOS 2015-2016  
ISSN: 1130-2968  
E-ISSN 2340-146X

# 8-9

## ESPACIO, TIEMPO Y FORMA

UNED

SERIE VI GEOGRAFÍA  
REVISTA DE LA FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA

11 PRESENTACIÓN · FOREWORD

### Artículos · Articles

15 CARLOS ALBERTO ABALERÓN  
Diferencias innatas y desigualdades socio-espaciales de Calidad de Vida en San Carlos de Bariloche, Argentina / Innate differences and socio-spatial inequalities Quality of Life in San Carlos de Bariloche, Argentina

53 NATACHA CALVET TAPIA  
Las prácticas lúdicas en la calle y la imagen del centro de la ciudad en Santiago de Chile / Recreational practices on the street and the image of the city center of Santiago de Chile

77 ENRIQUE DE ROSA GIOLITO  
Las Complejas relaciones entre paisaje, puerto, ciudad y sus efectos en el patrimonio cultural en la bahía de Pasaia / The complex relationships between landscape, harbor, town and its effects on cultural heritage in the bay of Pasaia

103 ANA MARÍA LÓPEZ ORTEGO  
¿Quién está contra quién en los cerros orientales de Bogotá?. La perspectiva local desde el barrio la Cecilia / Who is against who in the eastern hills of Bogotá? - the local perspective from the neighborhood of la Cecilia

131 JULIO LÓPEZ-DAVALILLO LARREA  
Las eurociudades rayanas / The ecocities bordering

169 BEATRIZ MARTÍNEZ DE TERESA  
Estudio de los recursos hídricos en España: Análisis y caracterización en la Cuenca del Tajo / Study of water resources in Spain: Analysis and characterization in the Tajo Basin

231 FRANCISCO JOSÉ MORALES YAGO  
La incorporación de los portafolios electrónicos en el proceso enseñanza-aprendizaje y evaluación de la geografía en el alumnado de educación a distancia / The incorporation of electronic portfolios learning in geography and evaluation process in distance education students

241 MARCOS ORTEGA MONTEQUÍN  
El potencial agrológico en la ordenación del suelo rural; estudio comparado de tres casos en Asturias / Agrological potential in rural land planning; comparative study of three cases in Asturias

269 JOSÉ RAMÓN SÁNCHEZ HOLGADO  
Las torres y atalayas de la costa tropical. ¿un recurso turístico pendiente de explotación? / The towers and watchtowers of the Costa Tropical. An Outstanding tourist resource exploitation

287 JOSÉ RAMÓN SÁNCHEZ HOLGADO  
Inundaciones en la rambla Albuñol. Causas y posibles medidas de intervención / Floods in Albuñol dry riverbed. Causes and possible intervention

### Reseñas · Book Review

319 Yi-fu Tuan. (2015). *Geografía romántica. En busca del paisaje sublime*. Editado por Biblioteca nueva. Colección: Paisaje y teoría. Edición de Joan Nogué. 177 pp. ISBN: 978-84-16345-15-0 (AURELIO NIETO CODINA)

323 Bosque Maurel, Joaquín (2011): *Granada. Historia y cultura*. Granada, Diputación Provincial de Granada-Libros de la Estrella, 210 pp. ISBN: 978-84-7807-510-2 (ALEJANDRO GARCÍA FERRERO)

### Imágenes y palabras · Pictures and words

329 FRANCISCO JOSÉ MORALES YAGO  
Las salinas de Imón (Guadalajara): un paisaje cultural de gran valor histórico / The saltworks of Imón (Guadalajara): a cultural landscape of great historical value

### Historia de la Geografía Española · History of Geography in Spain

335 AURELIO NIETO CODINA, DOLORES BRANDIS GARCÍA, CARLOS PARDO ABAD  
Tres tesis doctorales dirigidas por don Manuel de Terán; el paisaje residencial en Madrid (Dolores Brandis), la enseñanza en Madrid (Ana Olivera) y el barrio de Salamanca (Rafael Más) / Three thesis directed by don Manuel Terán; residential landscape in Madrid (Dolores Brandis) teaching in Madrid (Ana Olivera) and the Salamanca district (Rafael Más)

