



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES,
JURÍDICAS Y ECONÓMICAS
Escuela de Sociología

Talagante en tiempos de globalización

Transformación en las pautas de consumo de una
comuna rural en proceso de conurbación.

Autor:

Hernán Ampuero Gómez

Profesor guía:

Andrea Bahamondes

SANTIAGO-CHILE

2014

Agradecimientos

A mis padres por sus esfuerzos, por su confianza y por su respeto a mis tiempos y decisiones en cada momento de esta etapa tan relevante de la vida, además por encontrar, en conjunto con mi hermano, la forma de hacerme sentir siempre respaldado.

A mi profesora guía, quien siempre se esforzó por extraer lo mejor de mí y mis capacidades para poder sacar adelante este proceso de la mejor manera.

A mis amigos y amigas que siempre tuvieron las palabras de aliento, motivación y cariño tanto en los momentos positivos como en los no tanto. También por mostrarse comprensivos con los cambios de ánimo y humor propios de un proceso tan largo y complejo.

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS.....	3
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
2.1. Problema de investigación.....	6
2.2. Pregunta de investigación.....	13
2.3. Objetivos	13
2.3.1. Objetivo General.....	13
2.3.2. Objetivos Específicos	14
2.4. Hipótesis o supuestos	14
2.5. Justificación/relevancia de temática.....	15
III. MARCO TEÓRICO.....	16
3.1. Crisis de la modernidad y tránsito hacia la posmodernidad.....	16
3.2. Relación campo-ciudad: de cómo se configura y como la inmersión de lo urbano transforma la vida cotidiana del campo.....	21
3.3. Santiago y su proceso de transformaciones socioculturales y urbanas	27
3.3.1. Expansión de la mancha urbana.....	30
3.4. Consumo y consumismo	34
3.4.1. Consumo y transformaciones identitarias: destrucción de lo propio y lo ajeno	35
3.4.2. Consumo y transformación del constructo de ciudadanía.....	36
3.4.3. Relación entre el sujeto y el consumo.....	38
3.4.4. Instituciones del consumismo	40
3.4.5. Relación de los sujetos con los objetos.....	41
3.4.6. Consumismo y trabajo	43
3.4.7. Rol de la ciudad en el nuevo escenario de consumismo	44
IV. MARCO METODOLÓGICO.....	46
4.1. Paradigma y enfoque.....	46
4.2. Alcances del estudio.....	48
4.3. Diseño muestral.....	48
4.3.1. Universo físico y social.....	48
4.3.2. Muestra.....	51

4.3.3. Criterios de selección de los sujetos de estudio.....	52
4.3.4. Unidad de análisis.....	52
4.4. Técnicas de recolección de la información	53
4.5. Técnica de análisis de datos	54
4.5.1. Análisis de contenido.....	54
V. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	56
5.1 Analisis de los resultados del focus group	56
5.1.1. Sobre el crédito y la deuda.....	58
5.1.2. Sobre la ampliación de la oferta y la infraestructura	62
5.1.3. Sobre la suburbanización y la planificación urbana.	67
5.1.4. Sobre la esencia del talagantino y su patrimonio cultural	70
5.2. Resultado de las observaciones no participantes realizadas a traves del centro de la comuna.....	73
5.3. Análisis integrado de entrevistas focalizadas y de entrevistas semi estructuradas	76
VI. CONCLUSIONES:	98
VII. BIBLIOGRAFIA	104
VIII. ANEXOS	106
Diseño de instrumentos:	106
Pauta focus group.....	106
Pauta entrevista semi estructurada:	108
Pauta entrevista focalizada:	110
Pauta de observación no participante:	111
Transcripción entrevistas semi estructuradas:	112
Entrevista n°1:	112
Entrevista N° 2.....	119
Entrevista N° 3.....	128
Transcripción entrevistas focalizada:	135
Entrevista focalizada n°1	135
Entrevista focalizada n° 2	137
Entrevista focalizada n° 3	140
Registros de observación:.....	146

Observación numero 1: Esquina Calle José Leyán con Avenida Bernardo O'Higgins sumada a caminata de dos cuadras en torno a la misma esquina.....	146
Observación n° 2: Esquina Calle Balmaceda con Bernardo O'Higgins, Hipermercado Lider.....	150
Observación número 3: Feria libre ubicada en calle Francisco Chacón.....	153
Observación número 4: Hipermercado Lider: Lunes 5 de enero 17:50.hrs.....	156
Observación número 5: Feria: Domingo 4 de enero 12:30.hrs.....	160

II.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Problema de investigación

Existe un amplio consenso al señalar que vivimos inmersos en un proceso de transformaciones constantes y veloces, que atañen a todos y cada uno de los ámbitos del quehacer social, y que desde ahí ejercen su influencia en nuestra vida cotidiana, y que pueden ser presentados como efectos de un proceso a escala mundial que conocemos como globalización.

Proceso que se puede caracterizar mencionando la dispersión o mundialización de la producción además de la movilidad y velocidad vertiginosa e intangible de los flujos de capital e información acentuados gracias a las nuevas tecnologías. Situación que da pie a la generación de diferencias en el acceso a ese nuevo contexto contribuyendo a un espacio creciente de incertidumbre por parte de quienes no se ven beneficiados o no se sienten parte directamente de él, así como también de un progresivo proceso de exacerbación de lo individual, del consumo y del marketing, dejando a los sujetos a su propia suerte, o en otras palabras, (se)“presupone al individuo como actor, diseñador, malabarista y director de escena de su propia biografía, identidad, redes sociales, compromisos y convicciones” (Beck, Giddens, Lash,1997: 54 citado por Link, F. 2010, p.11)

En el caso de nuestro país, este proceso global comenzó a estructurarse a mediados de la década de los setenta, cuando tras la instalación política de la dictadura militar se inició un proceso de modernización o desarrollo capitalista, el que según De Mattos (1999) fue ejecutado a través de la aplicación de una radical estrategia macroeconómica, en la que la liberalización económica y la apertura externa aparecen como componentes fundamentales, situación que terminó con una dura crisis a comienzos de los años ochenta tras la cual se escenificó un proceso de crecimiento macroeconómico sostenido que fue añadido a una “...progresiva reindustrialización y terciarización del aparato productivo... que afectó profundamente el conjunto de la sociedad y tuvo importantes impactos territoriales y urbanos”(p.1, citado por Cuervo, 2003, p.52).

Los impactos mencionados fueron dando forma a una conformación urbana que fue adaptándose a la condición globalizadora, generando por su parte repercusiones en el ámbito de la estructuración urbana a nivel de lo local, donde cada aspecto de la vida cotidiana de las áreas locales ha de enfrentarse y elegir adaptarse a este nuevo momento, de ahí que el ámbito de interés del estudio no pueda escaparse tampoco a esta disyuntiva, presentándose en cada área local a partir de un permanente proceso de cambios y toma de decisiones que impactan directamente en su aspecto, su ordenamiento territorial, y su desarrollo propiamente tal.

Al momento de posicionar cronológicamente el punto de inflexión y de inicio de la actual conformación urbana, podemos concordar con la idea de que este proceso de transformaciones urbanas decanta de la liberalización y desregulación mencionadas anteriormente, y de manera más definida, con el despliegue de la planificación estratégica a través del papel que ha comenzado a jugar el capital privado en el desarrollo y configuración de la ciudad transformando también las formas de gestión urbana contribuyendo a “mejorar las condiciones para la afirmación de una lógica estrictamente capitalista en el desarrollo metropolitano, otorgando a la plusvalía urbana el rango de criterio urbanístico básico” (De Mattos, 2002)

Ahora bien, para fines de nuestro estudio la mayor relevancia la poseerá el impacto directo que este proceso global exhibe en la principal área metropolitana de nuestro país, la región metropolitana de Santiago que a su ritmo incesante, sumado a su posicionamiento como eje principal de las operaciones comerciales, políticas, laborales y sociales de gran parte de la población chilena es protagonista de los procesos urbanos de cambio que contribuyen a la generación de una nueva estructura en las ciudades o comunas que la circundan, generándose el interés de adentrarse en los fenómenos que allí se susciten, concretamente en lo que pueda producirse en la comuna de Talagante, la comuna de origen del autor, donde se postula que la globalización estaría generando modificaciones que atraviesan todos los ámbitos que la mirada sociológica puede abarcar, tales como el desarrollo local, la estética, el auge inmobiliario, las costumbres, la vida cotidiana, y las pautas de consumo de las personas, siendo este último tópico el que guiará nuestro interés de trabajo.

Luego, para presentar al escenario de nuestro trabajo hemos de señalar que la citada comuna de Talagante, es la capital de la provincia del mismo nombre que forma parte de las seis provincias componentes de la Región Metropolitana de Santiago, ubicada a tan solo cuarenta kilómetros en dirección sur poniente de la capital, siendo un lugar en que se generan condiciones excepcionales para la posibilidad de desarrollo a través de la existencia de recursos naturales, de una

agricultura y agroindustria únicas en su tipo, con carreteras que la unen además de a la capital, al mayor puerto de nuestro país, el de San Antonio; está además enclavada en medio de los ríos Mapocho por el norte y Maipo por el sur los cuales confluyen en el punto más al poniente de la provincia. Conformada en su configuración provincial por 4 comunas adicionales; a saber, Padre Hurtado, Peñaflor, Isla de Maipo y El Monte, además de las localidades de Lonquén, El Paico, Malloco y Mallarauco

La historia de la comuna y de la provincia en general nos expone que la actividad agrícola se erigía como la principal actividad económica, en otras palabras:

La actividad económica más importante de la provincia se ha desarrollado alrededor de la agricultura, dándole a la provincia un escenario eminentemente rural... la actividad laboral de un porcentaje importante de la población se centraba, en consecuencia, alrededor de la agricultura y ganadería (Ortega Tello, 2000, p.3).

Luego de eso, grandes superficies con frutales de exportación y viñas con elaboración de vinos de alta calidad y renombre, a saber, Tarapacá camino a Isla de Maipo y la Viña Undurraga se fueron adueñando de grandes espacios de terreno a lo largo de la provincia y comuna. Luego a nivel de pautas de costumbres, resaltan la importancia otorgada en lo local a las fechas históricas como país, donde sobresalen el 21 de mayo con un desfile de colegios, que anteriormente era de carácter obligatorio y la movilización de toda la comuna a las “fondas” y “ramadas” durante la celebración del 18 de septiembre. Esto además de la notoriedad que obtienen en la comuna fechas importantes en el ámbito familiar y escolar, principalmente las que tienen que ver con primeras comuniones, graduaciones, licenciaturas, funerales, etc.

En el ámbito del comercio, existe el centro de la comuna como eje, donde en alrededor de 8 manzanas se distribuyen gran parte de los establecimientos que proveen de bienes y servicios a la comuna y a sus alrededores más pequeños y rurales, en donde destacan hoy en día como novedad las tiendas que generalmente se veían únicamente en la capital o en los mall, teniendo que compartir la escena con los establecimientos originarios de la comuna que se especializan en ciertos rubros, que llevan muchos años siendo eje fundamental de la vida de los talagantinos y que contienen en sí mismos aspectos de lo rural que se niegan a desaparecer fácilmente.

De aquí es que se desprende una de las transformaciones que se está generando en la comuna y que de la mano de otras situaciones han concebido el interés de este estudio, a saber, el auge inmobiliario, el desarrollo comercial al interior de la comuna y la entrada y adaptación de las costumbres o pautas culturales de corte masivo o “foráneas” promovidas por el nuevo momento advenido como globalización, sería la triple entrada más pertinente para sintetizar el conjunto de transformaciones sociales y urbanas que están cambiando Talagante.

La primera instancia mencionada, del desarrollo y auge del negocio inmobiliario en la comuna, se genera a raíz de la creciente demanda por el deseo de escoger el lugar donde vivir, y de generar una distancia entre lo laboral y lo personal, suponiendo que la vida laboral se encontraría en la metrópoli capitalina y lo personal buscaría ser vivido en un ambiente distinto, pensando en que las nuevas generaciones de familias buscarían obtener una mejor calidad de vida o en otras palabras la posibilidad de construir de manera autónoma el lugar donde vivir y que éste sea de dimensiones mayores y en mejores condiciones sociales o ambientales que las posibles en la metrópoli.

Aquí es donde el negocio inmobiliario sumado a una visualización por parte de las autoridades de las áreas periféricas de la región, que proyectando y potenciando un ámbito del, muchas veces, mal definido desarrollo, dan cabida a través de políticas de usos de suelo y de permisos de edificación a las empresas del rubro inmobiliario que están poniendo cada vez más sus ojos sobre los grandes espacios que se presentan en la comuna generando permanentemente proyectos, con valores enfocados tanto en las clases acomodadas como para la(s) clases(s) media(s) en sectores extremos de la comuna, lo cual trae consigo diversas transformaciones de corte sociocultural, donde se incluyen situaciones como las costumbres de consumo que pudieran traer consigo los nuevos habitantes de la comuna; así como también transformaciones de infraestructura vial, y de flujos poblacionales desde y hacia los lugares en que se instalan estos proyectos.

Luego las otras dos instancias mencionadas se interrelacionan y dan cabida directamente a la temática del estudio; esto porque se estaría presentando en la comuna un desarrollo y diversificación del ámbito comercial, desde una mirada de construcción de estructuras y espacios que dan cabida a nuevas empresas o marcas de *retail* que no existían con anterioridad y que se podrían denominar como las muestras o representaciones de la expansión del modelo económico del país desde el centro a la periferia, para así satisfacer necesidades que antes no encontraban solución en la comuna obligando a los habitantes a salir de la misma para satisfacerlas.

Estableciendo además una oferta adecuada para la nueva geografía social de la comuna que se estaría viendo modificada también por el movimiento poblacional generado a partir del anteriormente mencionado desarrollo inmobiliario de la comuna.

Se forja así una interrelación que traería consigo al tercer y más importante aspecto, que tiene que ver con la modificación de las pautas de consumo de los habitantes de la comuna de Talagante, situación que se explica si mencionamos que el desarrollo de los espacios comerciales de la comuna y la llegada de las empresas y marcas como los casos de Falabella a través de Tottus, con dos locales y un futuro tercer local, Ekono, supermercados mayoristas como “El 10”, y Alvi, tiendas de ropa como Fashions Park, Dijon, Tricot, los cuales se han instalado de manera progresiva desde hace 2 años solamente, además de construcciones en desarrollo donde aparecerá Santa Isabel, Homecenter Sodimac e innumerables tiendas más en las construcciones tipo boulevard, van configurando un nuevo panorama tanto en la forma como en el contenido de la relación de los talagantinos con el consumo, modificando las costumbres que se mantenían a lo largo del tiempo y sin la presencia de esta oferta “foránea”.

Existiría así una matriz de costumbres y pautas de consumo que se modifica y que comienza a coexistir con lo nuevo, y dicha matriz podría ejemplificarse a partir de las fechas relevantes a nivel histórico en cuanto a lo nacional y su reflejo en la manera en que se conmemoran a nivel local; poniendo el énfasis en el hecho de que hoy en día las fechas comerciales que generalmente sólo se observaban por televisión y de manera lejana, se han tomado la agenda de importancia de los talagantinos, repletando las calles y tiendas comerciales, equiparando así fechas como el día de la madre, la navidad, el año nuevo y las fiestas patrias, en cuanto a los niveles de relevancia que los talagantinos otorgan al consumo tal como se hace en las grandes urbes nacionales.

Esta instancia de homologación nos invita a postular que el modelo neoliberal instala sus artefactos tanto arquitectónicos como simbólicos(a través de las fechas o días feriados mercantiles) y va posicionándose y coexistiendo con los patrones culturales inherentes a lo rural, dando paso a la idea de que las fronteras entre ambos “mundos” están desapareciendo y la configuración de lo rural se realizaría de manera difusa ya que los instantes de cambio se superponen y no consolidan una concepción más o menos estable y dicha situación estaría dando paso a una nueva ruralidad que “... hoy, objetiva y subjetivamente, es un proceso una dinámica, un movimiento, más que una estructura... (Esto) desafía profundamente las perspectivas y los conceptos que usamos habitualmente para definir y comprender lo rural” (Canales, 2005, p.1)

Al intentar comprender el mundo cotidiano de los sujetos que habitan los espacios rurales que vemos transformándose al día de hoy, o en otras palabras, al intentar concebir la mencionada “nueva ruralidad”, hemos de concentrarnos en aspectos como la incertidumbre, el cambio constante y la complicada constitución de sí mismos que enfrentan los sujetos, lo cual se podría comprender siguiendo al mismo Canales (2005) al enunciar dos instancias de inflexión que ha vivido el mundo rural, donde por un lado se presenta el momento durante los años sesenta en que se pasa del campo tradicional latifundista, con un orden más bien autoritario a un momento en que la ley, la letra y la industrialización comienzan a hacerse eje de un aumento de la producción, y el otro que se insinuaba durante los setenta pero que se instaló con mayor fuerza durante los ochenta y que dice relación con la emergencia de los cambios en torno a la competitividad, la cultura económica y de consumo además de la sociedad de masas y en definitiva la incipiente globalización(p.2).

El dejar atrás la modernidad y dar paso a su etapa posterior, implicaría modificar las pautas de lo que se podría entender como rural, dando paso a la coexistencia de esto con lo que trae consigo a nivel social, cultural y económico la posmodernidad, donde se establecen diferencias a nivel de axiomas sintetizadores de ambos momentos. Por un lado la modernidad poseía como ejes a la seguridad, la confianza, la sólida relación entre ciencia y tecnología y a la injerencia mayoritaria del Estado tanto como protector y como subsidiario, y por el otro la posmodernidad presentaría como frágiles ejes, a la individualización de los sujetos, la incertidumbre sumada a la inseguridad y riesgos con respecto al futuro inmediato, donde “... el discurso del riesgo empieza donde la confianza en nuestra seguridad termina... el concepto de riesgo delimita, por tanto, un peculiar estado intermedio entre seguridad y destrucción...” (Beck 2000, p. 10) y por ultimo a la omnipresencia del mercado, situación que se refleja al pensar que la mayoría de los habitantes de las comunas periféricas poco influidas por el mercado, en este caso Talagante, que veían lejana la presencia masiva del marketing han ido transformándose en consumidores de la oferta novedosa, que anteriormente no encontraba en la comuna, dejando de lado así, las respuestas colectivas a la configuración de su condición de ciudadanos, dando paso al consumo privado de bienes, servicios y de información como otorgadores de las condiciones necesarias para sentirse parte de la sociedad.

Así los habitantes del escenario que antaño fue rural y que está viviendo las transformaciones, se enfrentan a la construcción de su subjetividad con la dificultad de tener que adaptarse rápidamente a los cambios y en el último proceso a estar de manera permanente adecuándose a los cambios que se presentan a nivel global, asumiéndolos como algo natural y a la vez conviviendo con la incertidumbre ante lo que viene, dejando de lado así la construcción nostálgica que pudiera hacerse en tiempos anteriores; en otras palabras

Una sociedad de fuertes transformaciones como la rural esta tensionada desde las múltiples memorias- de lo que fue antes de cada cambio- y desde las incertidumbres por el futuro- de lo que ocurrirá, esta vez, otra vez, después de los nuevos cambios. Entre unas y otras, el presente subjetivo de la ruralidad es también la de un sujeto en proceso, la de una historia en marcha (Canales, 2005, p.2)

Esta idea de proceso, de constante construcción de lo cotidiano en base a los cambios permanentes e indescifrables a partir de la vorágine con que se suscitan, concuerda con lo que se presenta a la base de la idea de la liquidez de la nueva etapa posterior a la modernidad, donde dicha condición se atribuiría a la fluidez que caracteriza a lo que no es sólido, donde se presenta una incapacidad de sostener una fuerza constante, sufriendo continuos cambios de forma que implicarían que los fluidos

No se fijan al espacio ni se atan al tiempo... en tanto los sólidos tienen una clara dimensión espacial pero neutralizan el impacto- u disminuyen la significación- del tiempo... no conservan una forma durante mucho tiempo y están constantemente dispuestos (y proclives) a cambiarla; por consiguiente, para ellos lo que cuenta es el flujo del tiempo más que el espacio que puedan ocupar. (Bauman, 2000, p. 8)

Ahora bien, asumiendo y trayendo esta forma de construir la vida cotidiana de los habitantes de este nuevo y difuso mundo rural a nuestro escenario de estudio, podemos mencionar que los cambios que el nuevo momento global ha causado en la comuna de Talagante pueden verse reflejados en una gran cantidad de situaciones, lugares y ámbitos, donde el tópico de las pautas y costumbres de consumo estaría viviendo un proceso de transición o coexistencia entre las formas convencionales de comercio, a saber, los establecimientos de ventas específicas de productos, conocidos en la comuna por su antigüedad, por el arraigo de las familias dueñas además del trato

amable y de conocimiento tan típico en la cultura rural, compartiendo escena con la instalación de empresas proveedoras de bienes y servicios que no tenían presencia en la oferta permanente para los consumidores talagantinos en tiempos previos; dejando de lado, por ejemplo, la costumbre que tenía relación con el descanso post-almuerzo que se tomaba todo el centro comercial de la comuna, lo cual se presenta ahora como algo inviable.

En definitiva hemos de enunciar que la problemática de nuestra investigación dice relación con cómo el proceso de globalización y la instalación de su modelo neoliberal de comercio y consumo sumado a los procesos de desarrollo urbano y territorial en toda su multidimensionalidad han modificado la estructura tradicional de la ciudad, tanto en lo morfológico como en el funcionamiento institucional y en las relaciones sociales que se dan en su interior, más específicamente en cómo este proceso de interrelación afecta e impone sus pautas de consumo a los ciudadanos de la comuna de Talagante.

2.2. Pregunta de investigación

¿Cómo se articulan las pautas y costumbres de consumo de los habitantes de la comuna de Talagante al verse enfrentados a la instalación de una nueva y más diversificada oferta de bienes y servicios a partir de la disposición de grandes tiendas y locales comerciales que anteriormente no existían en la comuna?

2.3. Objetivos

2.3.1. Objetivo General

Describir cómo se articulan las pautas y costumbres de consumo de los habitantes de la comuna de Talagante al concretarse la instalación de grandes tiendas que amplían y diversifican la oferta de bienes y servicios en la comuna

2.3.2. Objetivos Específicos

Describir las experiencias de los habitantes de la comuna de Talagante frente a la nueva oferta de bienes y servicios que se presenta en la comuna a partir de las grandes tiendas instaladas.

Identificar las modificaciones en las dinámicas de consumo que los habitantes de la comuna de Talagante logran distinguir entre el escenario actual y el momento anterior a la diversificación de la oferta en el ámbito comercial.

Describir la relación que los habitantes de la comuna de Talagante establecen entre las pautas y costumbres de consumo y los diferentes tipos de mercado presentes en la comuna, a saber, las tiendas de retail, los establecimientos tradicionales y la feria

2.4. Hipótesis o supuestos

A partir de lo expuesto en la problematización de nuestro trabajo es posible señalar que:

Existiría un proceso creciente de difuminación de las fronteras convencionales que se erigían entre lo urbano y lo rural, dejando de lado las dicotomías extremas en que lo rural representaba lo antiguo, lo inadaptado, y lo urbano poseía lo nuevo, ostentaba todas las oportunidades de acceso a bienes y servicios; situación que se estaría transformando en un proceso dinámico y continuo en que lo urbano está adentrándose en lo rural.

De manera más concreta, podría suponerse también, la existencia de una relación de causa-efecto entre la instalación de las empresas y tipos de comercio que generalmente no se posicionaban en la comuna y una forma diferente de encarar el consumo de bienes y servicios por parte de los habitantes de Talagante, destacando la posibilidad que estas nuevas estructuras presentan frente a las necesidades de una población que está dejando su carácter netamente rural y empieza a sentirse y a vivirse como parte de una sociedad global.

2.5. Justificación/relevancia de temática

El escenario en que nos desenvolvemos diariamente, la ciudad, se presenta como un gran receptor de todas las transformaciones existentes a nivel social que no son tomadas en conciencia por parte de la gran mayoría de sus habitantes.

Situaciones que no son especialmente recepcionadas de manera conciente por parte de la gran mayoría de los habitantes de las ciudades, de ahí que el trabajo a realizar encuentre su relevancia en la posibilidad de entregar una comprensión sobre las instancias generadoras de sus conductas de consumo; además de las implicancias políticas que pueda tener la comprensión de este mismo fenómeno, a través de las medidas que toman las autoridades con el fin de hacer más llevadero el advenimiento del modelo neoliberal de consumo en la comuna, poder generar las protecciones necesarias para los ciudadanos/consumidores y estableciéndose como un ente “regulador” de esta relación entre el mercado y el ciudadano/consumidor.

En último término la realización de este estudio se justifica a partir de que desde la sociología hemos de consagrar una visualización más amplia de las situaciones que se interrelacionan en el desarrollo urbano y su conexión con los momentos sociales, dejando de lado la mirada netamente urbanística, sin olvidar que ambas miradas coinciden en el análisis funcional de los elementos y factores de la ciudad, situación que en ocasiones lleva al sociólogo al mismo funcionalismo corriendo el riesgo de obviar las posibles funciones de la ciudad, como por ejemplo lo que representaría la calle.

En definitiva se hace necesario resaltar nuestra labor en el estudio de la ciudad, para salir del estudio de las formas, de los espacios que conforman nuestro escenario para pasar al estudio de las implicancias que los ámbitos adyacentes a la sociología generan en los habitantes de la ciudad, con mayor claridad, analizar desde los sujetos las implicancias que generan, la infraestructura, la economía, los procesos macro, en el ámbito de la vida cotidiana y las pautas de consumo de los sujetos que viven en la comuna de Talagante.

En último término la relevancia de este trabajo tiene que ver con la integración de la visión de los sujetos implicados en los procesos de modificación de las pautas de consumo en futuros procesos de planes de desarrollo urbano para hacerlos partícipes en la construcción social de la ciudad.

III. MARCO TEÓRICO

A través de este apartado se concretará la revisión teórica de las temáticas que conforman nuestra problemática a investigar, configurando un recorrido que integre al proceso de globalización como marco referencial, estudiando el tránsito que lo llevó a emerger a partir de la crisis de la modernidad, luego a sus consecuencias y efectos socio espaciales en el entramado urbano desde el centro hacia las periferias, para llegar finalmente a conocer como estas son integradas a la vida cotidiana de los sujetos

3.1. Crisis de la modernidad y tránsito hacia la posmodernidad.

Al intentar situar histórica y socialmente cualquier momento de la vida, el recorrido nos incita a ser comenzado desde su instante anterior, desde los procesos que llevaron irremediamente hasta lo que se vivencia en la actualidad. De ahí que el momento que conocemos como posmodernidad, tenga necesariamente que construirse a partir de lo que se desarrolló en su periodo anterior, por lo cual el recorrido ha de desarrollarse a partir de la modernidad.

La mencionada modernidad vivió un proceso de auge en que se desarrolló el movimiento ilustrador donde la emancipación humana asomaba como principal horizonte a conseguir. Sin embargo al momento de analizar éste periodo, lo que se presenta como eje fundamental dice relación con la contradicción basal en que lo efímero y veloz se enfrenta a lo eterno e inmutable.

Es a partir y al interior de esta contradicción, que la historia de la modernidad se desenvuelve pasando de un lado a otro llevando a su máxima expresión la dificultad de construir un sentido único de la historia, donde por ejemplo se llega a mencionar que

La modernidad puede no tener respeto alguno por su propio pasado, y menos aún por aquel de cualquier otro orden social pre moderno...la condición transitoria de las cosas hace difícil la conservación de un sentido de continuidad histórica. Si la historia tiene algún sentido, ese sentido debe descubrirse y definirse dentro del torbellino del cambio, un torbellino que afecta tanto los términos de la discusión como el objeto acerca del cual se discute (Harvey 1990, p. 26-27).

Ahora bien, al presentarse esta dificultad en la empresa de poder encontrar y erigir a lo eterno e inmutable, se manifiesta la respuesta ilustradora que indica que a través de la acumulación de conocimiento a partir del trabajo libre y emancipado de los sujetos, que buscaban a su vez dominar desde lo científico a la naturaleza y “desacralizar el conocimiento y la organización a fin de liberar a los seres humanos de sus cadenas” (Harvey, 1990, p.28)

Sin embargo ese deseo de control de lo natural, podía conducir a intentar la comprensión y dominio de todos los ámbitos de desarrollo incluso de las personas y su mundo cotidiano, situación que sumada a situaciones tales como las 2 guerras mundiales de la primera mitad del siglo XX dejan el camino abierto para los críticos de esta manera de construir el sentido de dicha etapa histórica, donde principalmente se posicionan aquellos que señalaban que existían situaciones que se escondían tras el velo de la racionalidad ilustradora, tales como un dominio que conduciría a la opresión para los que no adscribieran al utópico plan emergente.

Una manera que se suma a esta crítica de la razón ilustradora, dice relación con lo que plantea Max Weber, quien señala que el optimismo y la expectativa creada por los ilustradores tiene más que ver con una racionalidad instrumental con arreglo a fines, la cual abarcaría todas las estructuras de lo social, y que no conduciría a la “...realización concreta de la libertad universal, sino a la creación de una “jaula de hierro” de racionalidad burocrática de la cual no es posible escapar” (Bernstein, 1985, p.5 citado por Harvey, 1990, p. 31)

La segunda manera dice relación con la postura de Nietzsche, quien postula una mirada más bien trágica o de irremediable desorden, invitando a asumir que la imaginería de la ilustración caminaba directamente a su destrucción para llevar a un nuevo momento, donde emerge una idea de doble entrada: la creación destructora y la destrucción creadora. En consecuencia existe la posibilidad de señalar que la única forma de representación de las verdades eternas e inmutables de la modernidad si se realiza a través de la destrucción creadora, conducirá a su desaparición definitiva; situación que podría incluso ser homologada a nuestros días donde la incertidumbre y la desaparición casi definitiva de lo eterno y universalmente aceptado podría estar conduciéndonos a nuevas y continuas destrucciones creadoras.

Emerge a partir de esto la mirada estética que se posicionaba por encima de los juicios de valor y como representantes de la vorágine en que se vivía, enfrentando a su vez la dificultad de encontrar los elementos constitutivos pertinentes para tal empresa, viéndose obligada a recurrir a tácticas de efecto instantáneo y de shock, para una transmisión más eficaz del mensaje que se buscaba comunicar.

De ahí que la técnica y efecto del *collage* se constituyera como fundamental al poder superponer los efectos distintos de los tiempos y crear un efecto simultáneo generando la aceptación de los artistas modernistas de que lo efímero y lo transitorio era el escenario de su arte.

Luego la maximización de lo estético se vio relacionada directamente con lo social, cuando en el período previo a la primera guerra mundial esta forma de representación se erigía como una respuesta a las nuevas condiciones en que se desarrollaba lo sociocultural, esto es “... a las nuevas condiciones de producción (la máquina, la fábrica, la urbanización), circulación (los nuevos sistemas de transporte y comunicaciones) y consumo (el auge de los mercados masivos, la publicidad y la moda masiva)” (Harvey, 1990, p.39. paréntesis parte del texto), y no como la vanguardia que los generaba.

El trabajo de pensar y situar espacialmente a esta etapa del modernismo dice relación con el arraigo presente con el lugar desde donde se realice, entendiendo también que esto podía ser a partir de pequeñas ciudades tradicionales o desde las ciudades emergentes en cuanto a niveles de población y de industrialización, comenzando a definir el fenómeno urbano a partir de la segunda mitad del siglo XIX en función del crecimiento de la migración rural-urbana, la industrialización, el reordenamiento masivo del espacio construido y los movimientos urbanos de carácter político que se vivieron por ejemplo en 1848 y 1871 en la ciudad de Paris.

Este proceso veloz y de múltiples respuestas ante una realidad dada se internaliza por parte de los sujetos de maneras diversas y autónomas, las cuales comienzan a ser el foco de atención por parte de los teóricos.

Simmel(1911) analiza la nueva vida urbana a nivel de la respuesta de los sujetos, aduciendo que si bien existiría un grado más amplio de libertad individual, esto se conseguiría a partir de tratar a nuestros semejantes de manera instrumental a través de una relación basada en el cálculo de los intercambios monetarios que son capaces de coordinar la creciente división social del trabajo, lo que sumado a la creciente urbanización conduciría a que los sujetos buscaran la manera de protegerse de no ser cooptados por la vorágine de la vida moderna, llevándolos a cultivar un individualismo construido a partir de los signos de status, la moda y su interrelación entre la diferenciación asociada al cambio y la semejanza asociada a la conformidad y pertenencia (citado en Harvey, 1990, p.42)

En síntesis podríamos señalar que existiría un mundo completo de representación puesto en tela de juicio, desde la idea de que las categorías fijas y únicas con que se intentaba construir una manera de entender y darle sentido al mundo, estaban dando paso a una multiplicidad de estas y adoptando “... al

relativismo y la múltiple perspectiva como la epistemología que daría a conocer aquello que aún se consideraba como la verdadera naturaleza de una realidad esencial, unificada pero compleja” (Harvey, 1990, p.46)

Posteriormente y a partir de la escenificación de las guerras mundiales es que, con la destrucción cultural y social del viejo continente, se traslada la mirada hacia el norte de América, en tanto lugar en que confluyen las nuevas intenciones de volver a generar una única manera de ver y desarrollar el mundo, donde el culto por las máquinas y su posicionamiento como eje del desarrollo sin tomar en cuenta el ámbito humano del mismo, sumado a la mundialización de lo publicitario, al poder de la imagen, y al sistema político de corte liberal que vio nacer y cobijó esta nueva matriz sociocultural, se fue alcanzando el objetivo de globalizar esta manera de construir sociedad.

Sin embargo, es a partir de la mundialización de estos factores que los movimientos contraculturales hacen su aparición y exploran ámbitos de realización distinta, a través de la adopción de gestos anti-autoritarios y el cultivo de la crítica de la vida cotidiana. Situación que vivió su punto cúlmine con el movimiento de 1968, donde éste podría considerarse como precursor político y cultural del posmodernismo, como instancia anti-modernista, de manera incipiente y en pleno florecimiento.

Este posmodernismo puede ser definido de múltiples maneras, David Harvey remite a la definición que entrega Huysens (1984) al señalar que

Aquello que aparece en un plano como la última moda el lanzamiento publicitario y el espectáculo vacío, forma parte de una lenta transformación cultural en las sociedades occidentales; se trata de una transformación en la sensibilidad... en las prácticas y formaciones discursivas, que distingue a un conjunto de supuestos, experiencias y proposiciones posmodernos del que corresponde a un periodo anterior (citado en Harvey, 1990, p.56)

Es así que se vivencia una nueva configuración de todas las áreas del entramado social que conforman lo cotidiano, se dificulta la visualización de las estructuras que limitaban el actuar de los sujetos en el tiempo anterior llamado modernidad, así como también las instituciones que entregaban las pautas y normas sobre lo que se debía hacer o no dejan de poseer estabilidad y en palabras de Bauman (2007) no pueden mantener su forma, porque “... se descomponen y se derriten antes de que se cuente con el tiempo necesario para asumirlas y, una vez asumidas, ocupar el lugar que se les ha asignado...”(p.7)

El conjunto de ideas en que el nuevo momento se situará como diferente a su predecesor tiene que ver con todo aquello en que se basa la construcción y el desarrollo de la sociedad de ahí que el entramado urbano también sufra las consecuencias, donde la posmodernidad traslada la configuración de *collage* desde lo artístico hacia el desarrollo de la ciudad, descartando los proyectos que se fundaban en la zonificación funcional.

Esta modificación en función de oponerse al modernismo queda aún más de manifiesto cuando pensamos que

Los urbanistas modernistas apuntan al dominio de la metrópoli como totalidad, y diseñan de manera deliberada una “forma cerrada”, mientras que los posmodernistas tienden a considerar el proceso urbano como algo incontrolable y caótico donde la anarquía y el cambio pueden jugar en situaciones absolutamente abiertas...” (Harvey, 1990, p.61)

Así, cada construcción o entidad urbana ha de ser considerada y analizada a partir de su propia constitución y no a partir del código dominante.

La concepción de *collage* es funcional tanto a la configuración urbana como a la definición misma de lo posmoderno, y la manera en que los sujetos se enfrentan a esta realidad global, esto pensando en que existe un desplazamiento del perspectivismo mediante el cual el sujeto moderno se conectaba con el significado de su realidad que si bien era compleja pero solo comprendida como singularidad, para dar paso a la acentuación de los problemas vinculados a la coexistencia, el choque y la interpenetración de realidades a veces opuestas, como por ejemplo los mundos rural y urbano.

De ahí que este proceso no consiga evadir a la relación entre el campo y la ciudad, la cual se presenta como escenario temático de nuestro trabajo, específicamente por las transformaciones que vive el entramado urbano hoy en día, donde la influencia de lo global en las localidades poco integradas y el creciente requerimiento de integrarse a la red en que se han convertido las ciudades se presenta como motor de las transformaciones en la relación entre el campo y la ciudad, la cual podríamos homologar con la del centro y la periferia, todo esto en torno la dependencia, a la subordinación y en definitiva al estudio de cómo estaría transformándose de manera continua esta relación.

3.2. Relación campo-ciudad: de cómo se configura y como la inmersión de lo urbano transforma la vida cotidiana del campo.

Analizar la historia de la relación entre campo y ciudad posee la complejidad lógica de algo que se presenta desde tiempos remotos y que ha atravesado la vida de las sociedades.

Sin embargo, la empresa de realizar un recorrido hasta llegar al momento actual en que se están difuminando las fronteras entre estos dos actores de nuestra historia social, se presenta como un trabajo necesario y productivo; el cual se puede iniciar mencionando el trabajo de Marx al abordar las formas en que se relacionan, a partir de la producción y la situación con el trabajo, el campo y la ciudad.

En primer lugar podemos dejar en claro que el trabajo de Marx concerniente a esta temática remite a una exaltación del factor económico sobre el desarrollo social; derivando de su trabajo que la separación entre campo y ciudad posee una naturaleza conflictiva, en que la ambos serían la expresión de intereses divergentes que se manifiestan a partir de la lucha entre las instituciones y entre las clases sociales portadoras de los mismos.

Ahora bien, dicha relación de antagonismo se fundamenta en la división del trabajo, donde se señala que “la división del trabajo en el interior de una nación provoca ante todo, la separación del trabajo industrial y comercial del trabajo agrícola y con ella la separación entre ciudad y campo, además del contraste de sus intereses” (Marx & Engels, 1970, p.20).

Así y adhiriendo a esta mención, la diversidad de conflictos que surgirían al interior de las subdivisiones de trabajo, es que dejan en claro el punto de que la dinámica social nacería del conflicto dialéctico entre el campo y la ciudad.

La clave de la división del trabajo puede trasladarse a nuestro interés problemático si pensamos que en la nueva ruralidad que se escenifica hoy en día, la hibridación y difuminación de las fronteras con lo urbano, también concierne a lo laboral, donde los trabajos netamente agrícolas poseen una característica temporal y durante el resto del tiempo las mejores oportunidades pueden encontrarse en la ciudad.

El recorrido que realizan los autores, debe visualizarse también a partir de las formas en que se organiza la sociedad así como también desde los tipos de propiedad que se van presentando en los distintos periodos históricos, con el fin de entender cómo se va gestando la sociedad que hoy nos cobija. Así en un primer momento en que la tensión entre el campo y la ciudad no tenía espacio en la vida tribal, la división del trabajo opera más que nada a nivel familiar, donde la “sociedad” no sería más que la proyección del esquema de las relaciones sociales familiares. Esta naturalidad se ve alterada luego por el crecimiento demográfico, el consiguiente aumento de las necesidades y la ampliación de las relaciones con lo que existe fuera de la tribu propia, lo que va generando el requerimiento de producir para subsistir y para intercambiar.

Luego de eso las diferentes agrupaciones que subsisten y van generando esta incipiente forma de producción e intercambio se congregan y dan cabida a una primera estructura que puede denominarse como ciudad, donde los agricultores la posicionan como centro de operaciones y la agricultura toma un lugar preponderante. Así, “... la propiedad de la tierra es privada pero se trata de una propiedad privada mediatizada colectivamente por la ciudad...” (Betin, 1982, p.43)

Posteriormente a esto, la configuración de las ciudades, va tomando sentido en torno a la organización militar, y sociopolítica, donde desde la morfología se prioriza la estrategia bélica para evitar y resistir invasiones, y desde lo sociopolítico se realiza una subdivisión de funciones entre ciudad y campo, donde se deja de lado lo conflictivo y se da cabida a la coexistencia, lo cual se vivió durante mucho tiempo de nuestra historia posicionando al campo exclusivamente como productor de frutas verduras y hortalizas, que alimentan a las ciudades, y como un lugar en que se vivía de manera totalmente distinta a la ciudad.

En un siguiente momento, se presenta la desnaturalización de dicha forma de propiedad, ya que la posesión privada pero común da lugar a la propiedad privada inmobiliaria, lo cual dará paso luego a la propiedad feudal, la ciudad medieval, y la posterior aparición y asentamiento de las clases sociales a partir de la posesión de los medios de producción, cambiando así el panorama en que se desarrollaban y coexistían el campo y la ciudad, donde la propiedad del capital también adquirirá relevancia inalcanzable, ya que “... el capital, en cuanto propiedad que se basa en el trabajo y en el intercambio, adquirirá de hecho una vida propia, independiente de la propiedad de tierras” (Betin, 1982, p.45)

Estas transformaciones en torno a lo comercial van de la mano con lo político ya que al generarse la nueva fuerza social de las ciudades surgen el municipio y la organización militar, pero la relevancia de la mirada de Marx y Engels radica en la contraposición que estos hacen también de los nuevos sujetos que van entrando a la escena, a saber, la plebe que compuesta por ex siervos se contraponen al conjunto de ciudadanos organizados militarmente que poseen el control político de las ciudades así como también, a los aprendices que estarían en contraposición de los maestros que poseen las habilidades que los posicionan en un lugar distinto en la naciente estructura social; sin embargo, esta postura del conflicto no se verá reflejada en mayor medida durante un largo tiempo de desarrollo de la ciudad medieval ya que “... la integración urbana está garantizada por la contraposición entre organización social democrática(ciudad-municipio) y organización social autocrática(feudo)” (Betin, 1982, p.49)

Al pasar al momento en que la ciudad se convierte en un ente meramente comercial, los autores resaltan la idea de que ésta se convertiría en un canal para la difusión de productos, inclusive productos de tipo cultural, y además de que esta ciudad transforma al capital que la distingue, pasando de un capital “natural” que se conformaba principalmente por la posesión de un capital de trabajo vinculado directamente a su poseedor con un carácter hereditario y estable a un capital que se tasa en dinero y que por tanto se invierte y se deja en manos del devenir mercantil.

Esta situación generaría una nueva escisión al interior de las ciudades, donde la división del trabajo sería determinante al momento de pasar de un tipo urbano a otro, y donde emergerían los productores y los comerciantes, lo cual conllevaría dejar atrás el aislamiento de cada unidad urbana, dando paso a “... una nueva división de la producción entre las distintas ciudades y pronto vemos como cada una de ellas tiende a explotar predominantemente una rama industrial...” (Marx & Engels, 1970, p. 60).

Se genera así un creciente proceso de unificación a nivel comercial favoreciendo la acumulación de fuerzas productivas en una localidad determinada formando así la base económica de ese tipo de ciudad asentando al mismo tiempo su predominio sobre el campo.

Esta diferenciación de las áreas productivas genera mayor distancia entre el campo y la ciudad, tanto a nivel estructural como a nivel cultural, esto porque se instala la noción de la ciudad como eje del desarrollo y de las oportunidades, lo que conlleva al asentamiento cada vez mayor de los habitantes en las mismas, contribuyendo a la transformaciones de la estructura social.

Es así como ya en el siglo XIX se escenifica una difusión de nuevas técnicas de producción y de predominio de la maquinaria que llevan a aquellos que se desenvolvían en el ámbito rural a partir de las relaciones sociales patriarcales y apacibles, así como también a ritmos de producción artesanales a contemplar la destrucción de su mundo cotidiano, viéndose obligados a ir dejando el campo y su condición de productores, para asentarse en la ciudad como mano de obra en busca del trabajo que ahí se presente.

Este sistema de las fábricas, comienza a asentarse en el criterio económico de la localización más conveniente, lo cual a través de la concentración del capital llevara a la centralización de la población obrera y desarrollará y expandirá una única forma de conformación urbana.

Desde aquí es que se comenzarían a configurar nuevas problemáticas sociales, pensando específicamente a nivel de individualización y de división en torno a la posesión o no de los medios de producción, lo cual puede asemejarse a la división entre campo y ciudad, principalmente a partir de la presencia mayoritaria de la población en las áreas no rurales y de la preeminencia de los intereses privados por sobre los colectivos, atomizando así al tejido social y dando paso a una incipiente instalación de la competitividad, la cultura económica y de consumo masivo de los bienes que se van produciendo, saliendo de la lógica del consumo de lo que uno mismo produce, consumiendo y comunicándose comercialmente con todos los rincones del mundo, lo cual iría instalando los pilares del momento social que se escenifica en la actualidad.

Ahora bien, este proceso histórico de desarrollo de los tipos de ciudad toma forma en nuestro escenario cercano como país y el último escenario descrito es fácilmente reconocible en la historia reciente, esto pensando en la relación entre hacendados e inquilinos que fue por gran parte del siglo pasado la forma en que se relacionaron los estratos sociales extremos, y desde donde surgen los conflictos sociales que dieron forma a los momentos de tensión y cambio que vivió nuestro país. Ya luego con la forzada instalación del nuevo modelo económico que vivió nuestra sociedad se comenzaron a vivenciar transformaciones que fueron acentuando la relación antagónica entre campo y ciudad, a través de la instalación centralizada de las funciones y de los ejes del desarrollo nacional en la capital, posicionándola como la realidad a seguir, el lugar a alcanzar y como la representación frente al mundo de lo que implica ser chileno.

Este proceso de antagonismo va perdiendo sentido cuando aterriza en nuestros suelos el proceso globalizador, porque el área rural va perdiendo su rol único en el entramado de producción en la sociedad, y da paso a una coexistencia entre sus inherentes características y la matriz sociocultural y económica que comienza a asentarse como universalmente aceptada,

De esta manera contribuye a la transformación de la subjetividad de los habitantes de estas áreas, y da cabida a una complejidad al momento de configurar lo rural dada la inestabilidad y velocidad con que esto se realiza, conformándose así, en palabras de Canales (2005), "...un proceso, una dinámica, un movimiento, más que una estructura... (Esto) desafía profundamente las perspectivas y los conceptos que usamos habitualmente para definir y comprender lo rural" (p.1) consolidando además las dificultades que se presentan a nivel personal al momento de aprehender lo foráneo y que comienza a consolidarse como lo objetivamente dado.

Esta manera de ir aprehendiendo lo objetivamente dado tiene que ver con cómo las conductas, pautas y normas de la vida cotidiana, que se ven transformadas al mismo tiempo que las estructuras y morfologías de las ciudades, van modificando la forma en que los sujetos intentan adaptarse y tratan de darle sentido a este nuevo momento,

Para esta construcción de respuestas que realizan los sujetos es posible utilizar la mirada que plantea Pierre Bourdieu, la cual intenta analizar el escenario social a partir de la relación entre lo objetivo y lo subjetivo sin establecer entre ambas instancias una relación meramente dicotómica, y sí constituir un mecanismo en que se interrelacionen y se presenten en la vida cotidiana de los sujetos; así en primera instancia el autor postula que "... la correspondencia entre las estructuras sociales y las estructuras mentales, entre las divisiones objetivas del mundo social – particularmente en dominantes y dominados en los diversos campos- y los principios de visión y división que los agentes aplican (Bourdieu y Wacquant, 2005:36, citado en Capdevielle, 2011, p. 34) es decir que los individuos van construyendo su visión del mundo en sus estructuras mentales individuales pero sufriendo influencia de las coacciones del entorno, o de tipo estructural.

Este escenario en que los sujetos intentan recibir lo que las estructuras les entregan, está definido en cuanto al lugar de los individuos a partir del volumen y la estructura de los capitales que posean, considerando la definición que otorga de estos, señalando que

Capital es aquello que es eficaz en un campo determinado, tanto a modo de arma como de asunto en juego en la contienda, que permite a sus poseedores disponer de un poder, una influencia, y por tanto *existir* en el campo en consideración (Bourdieu & Wacquant, 2005, p. 152).

Los autores disgregan estos capitales en económico, simbólico y cultural, donde a partir del sentido de la investigación podemos ahondar en el último, considerando que puede presentarse en 3 estados: incorporado, objetivado e institucionalizado. En estado incorporado está ligado al cuerpo y supondría su incorporación a nivel biológico y también a nivel histórico, luego el capital cultural en estado objetivado es posible de transmitir materialmente a partir de escritos, pinturas, monumentos, etc. y por último, en estado institucionalizado, considerando la objetivación que se puede adquirir a través de títulos o certificaciones.

La relación que se propone con la temática de investigación aduce a la condición de incorporada que puede tener la matriz de costumbres y de situaciones que constituyan lo tradicional en la historia de los habitantes más antiguos de la comuna y que estén poniendo en juego esa matriz a partir de las transformaciones que se están viviendo en la comuna para desde la investigación lograr conocer cómo es que ese proceso de tensión se manifiesta. En definitiva la relación aduce al segundo sentido del trabajo revisado de Bourdieu, el sentido subjetivo, que tiene que ver con la presencia de las representaciones y la voluntad de los sujetos en la confrontación ante las estructuras objetivas, lo cual impondría la necesidad de "...reintroducir la experiencia inmediata y vívida de los agentes con el fin de explicar las categorías de percepción y apreciación (disposiciones) que estructuran su acción desde el interior..." (Bourdieu & Wacquant, 2005, p.35; citado en Capdevielle, 2011, p. 33).

En síntesis la relación entre lo objetivo y lo subjetivo, y las condiciones particulares en que se configura la misma, encuentra en el habitus

Sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente reguladas y regulares sin ser el producto de la obediencia a reglas, y, a la vez que todo esto, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta (Bourdieu, 2007, p.86).

Así se reafirma lo que se mencionó anteriormente en el sentido de la relación entre esta construcción teórica y la temática de la investigación, pensando en que al hablar de *habitus* irremediablemente se ha de tener en cuenta la historicidad de los sujetos, ya que las prácticas y condiciones que genera el *habitus* están comandadas por lo pasado pero a la vez van preformando dichas prácticas y condiciones para un momento futuro, constituyendo posiblemente una reproducción de la estructura que se erija como predominante y que en este caso tiene que ver con la progresiva dilución de las fronteras entre lo urbano y lo rural, trayendo una nueva configuración de todos los aspectos de la vida cotidiana y modificando el *habitus* con que contaban anteriormente los sujetos.

3.3. Santiago y su proceso de transformaciones socioculturales y urbanas

Somos testigos de proceso de cambio en la conformación de las ciudades del mundo de hoy, ciudades que deben responder a las exigencias globalizantes, donde se busca en las áreas centrales de los países la posibilidad de abarcar las nuevas necesidades de interconexión e interrelación entre las entidades que comprenden el escenario de la economía sin fronteras que gobierna al planeta, de ahí que nos convoque la necesidad de revisar como nuestra capital ha absorbido y adaptado a su configuración urbana este nuevo momento.

Si se quiere posicionar un punto a nivel histórico en que este proceso de transformaciones comienza a hacerse presente, hemos de mencionar la transición entre las décadas del 80' y del 90' donde se comienza a erigir el modelo de desarrollo económico triunfador en la contienda geopolítica mundial, el cual se concentra en su etapa neoliberal y que mundializa o globaliza sus pautas económicas y culturales con afanes homogeneizadores creando la necesidad de adaptar las ciudades a la generación de dinámicas de mayor velocidad y de mayor relevancia tanto a nivel local como a escala global, sin dejar a Chile y a su capital fuera de esta dinámica.

Este proceso en que el país se reestructura desde lo económico, está compuesto de un conjunto de situaciones que van configurando una base económica en el área metropolitana, donde el tránsito desde el modelo desarrollista o de sustitución de importaciones al modelo liberal y de apertura total en torno a lo económico trajo consigo un fuerte crecimiento macroeconómico además de una “urbanización del empleo” (a través de la disminución de la contribución del sector agrícola e industrial

en su generación y con un crecimiento del número de empleos generados por las actividades relativas al comercio y los servicios financieros), un alza en la inserción externa de la economía nacional, una transformación del mercado laboral en torno a la generación de empleos (donde sus bases de flexibilización y tercerización se mantienen hasta nuestros días), una consiguiente alza en el ingreso *per cápita*, y así una constitución de Santiago como el lugar preferido para el emplazamiento de las funciones de comando del nuevo poder económico,

Donde se incluyen las funciones de enlace con la economía mundo; la cabeza y las principales actividades del sector terciario moderno en el que destacan los servicios a la producción y los financieros y un porcentaje mayoritario de nueva industria (De Mattos, 1999, p.520).

Deviene así una transformación y expansión territorial de la región metropolitana de Santiago, situación que al momento de su revisión y análisis hace emerger factores como la nueva configuración socio espacial de la ciudad, la segregación que se evidencia en la misma además de los factores socioeconómicos que se presentan como contexto del país.

En palabras de Carlos De Mattos (2002) la transformación de las ciudades y en particular de Santiago, serían el reflejo de los cambios que representan un momento de la historia, donde "...precisamente dichos espacios los que mejor expresan las transformaciones territoriales asociadas al proceso de globalización de la economía e implantación de políticas de desarrollo neoliberal" (en Hidalgo, 2004, p.30).

Situación que en la comuna de Talagante se ve reflejada en su área central donde a partir del año 2009 y luego a raíz del terremoto de 2010 se presentó un proceso de renovación de fachadas, residenciales y comerciales, eliminación de algunas casas que no pudieron resistir el embate de la oportunidad que vieron las empresas que antes no tenían espacio en ese lugar.

Ahora bien, el asentamiento de estas nuevas empresas se originó con las tiendas de ropa Dijon, Tricot, Fashions Park que vienen a quitarles espacio a las tiendas tradicionales de ropa donde predominaba el esquema de trato directo y personalizado con los dueños. Además de la aparición de las cadenas de farmacias más grandes a nivel nacional como Ahumada, Cruz Verde y Salcobrand.

En menor medida pero al mismo tiempo puede mencionarse la aparición de construcciones tipo boulevard, donde se da cabida a establecimientos de distinta índole, como servicios del Estado, lavanderías, cafeterías y tiendas de ropa para público específico, sumado al surgimiento de establecimientos de comida como sushi y pizzerías que hoy en día abundan tanto en el centro mismo como en sectores más apartados pero que dan cuenta de la renovación de la oferta en ese ámbito.

Esta descripción tiene que ver con el presente del centro comercial de la comuna, sin embargo es necesario incorporar a esta mención todas las construcciones que se están realizando desde hace más o menos 2 años en donde se proyectan la llegada de otros supermercados y tiendas de retail que se sumaran a la presencia de Tottus con dos locales uno en el centro mismo y el otro en una zona netamente residencial, además del Hipermercado Lider que se erige como uno de los pilares del centro descrito anteriormente.

Este proceso de establecimiento de las nuevas tiendas trae consigo además de una ampliación y diversificación de la oferta, una necesidad de renovación por parte de las instancias tradicionales de comercio, que se refleja en el mismo centro de la comuna donde las galerías de tiendas pequeñas dan cabida a las nuevas necesidades de los consumidores y ciudadanos, concitando lugares para giros y depósitos de dinero, tiendas de ropa, de insumos computacionales entre otras, contribuyendo así al gran flujo de gente posible de observar transitando por el centro de la comuna principalmente durante las tardes y a la configuración del interés de investigación en torno a las nuevas maneras en que los Talagantinos afrontan su centro comercial y ejecutan el acto de consumir.

Luego es preciso señalar que si bien la condición de eje fundamental del accionar del país no se ha visto del todo modificada, si existen procesos internos relativos a la configuración urbana al interior de la región metropolitana que la han ido transformando desde el momento en que surgieron los llamados subcentros urbanos para llegar a la actualidad en que se ve configurada de una manera muy difusa a partir de múltiples procesos que se interrelacionan y que serán mencionados y descritos a continuación.

3.3.1. Expansión de la mancha urbana

En primer lugar, es observable que nuestra capital ha comenzado a crecer de diversas formas a partir de la ejecución de políticas muchas veces contradictorias, dejando por ejemplo que la ciudad se extienda indefinidamente a través de la libertad de mercado o *laissez faire*, que comúnmente deja hacer mucho más a los dueños del capital y del poder de decisión antes que al resto de la sociedad, y donde al mismo tiempo es posible observar los resultados de otras políticas urbanas en aplicación, tales como la regeneración de algunas áreas centrales e intentos parciales de implementar una normativa que regule el crecimiento de la ciudad.

La mejor evidencia de la liberalización de las políticas tiene que ver con las de corte inmobiliario, a partir de la modificación en 1979 del marco legal que regía de cierta forma la expansión urbana desde ese ámbito, situación que se verificó a través de la promulgación ese año del decreto supremo 420; instancia en que

Se liberalizó el suelo urbano y agrego a la ciudad un gran potencial de terrenos para el crecimiento periférico, estableciendo un mínimo de requisitos de normativa y prácticamente nulas exigencias de infraestructura. Lo anterior permitió que por aproximadamente diez años las nuevas áreas urbanizables no quedaran bajo la tuición de los planos reguladores comunales (PRC) (Greene & Soler, 2004, p.54)

En ese año Santiago contaba con alrededor de 36 mil hectáreas de superficie urbanizada y el Decreto Supremo mencionado anteriormente aumentó el área urbanizable en 64 mil hectáreas, triplicando así el mercado de tierras, lo que se visualiza a partir de que en los tres años siguientes (1980-1982) se aprobaron loteos y subdivisiones para 7.030 hectáreas.

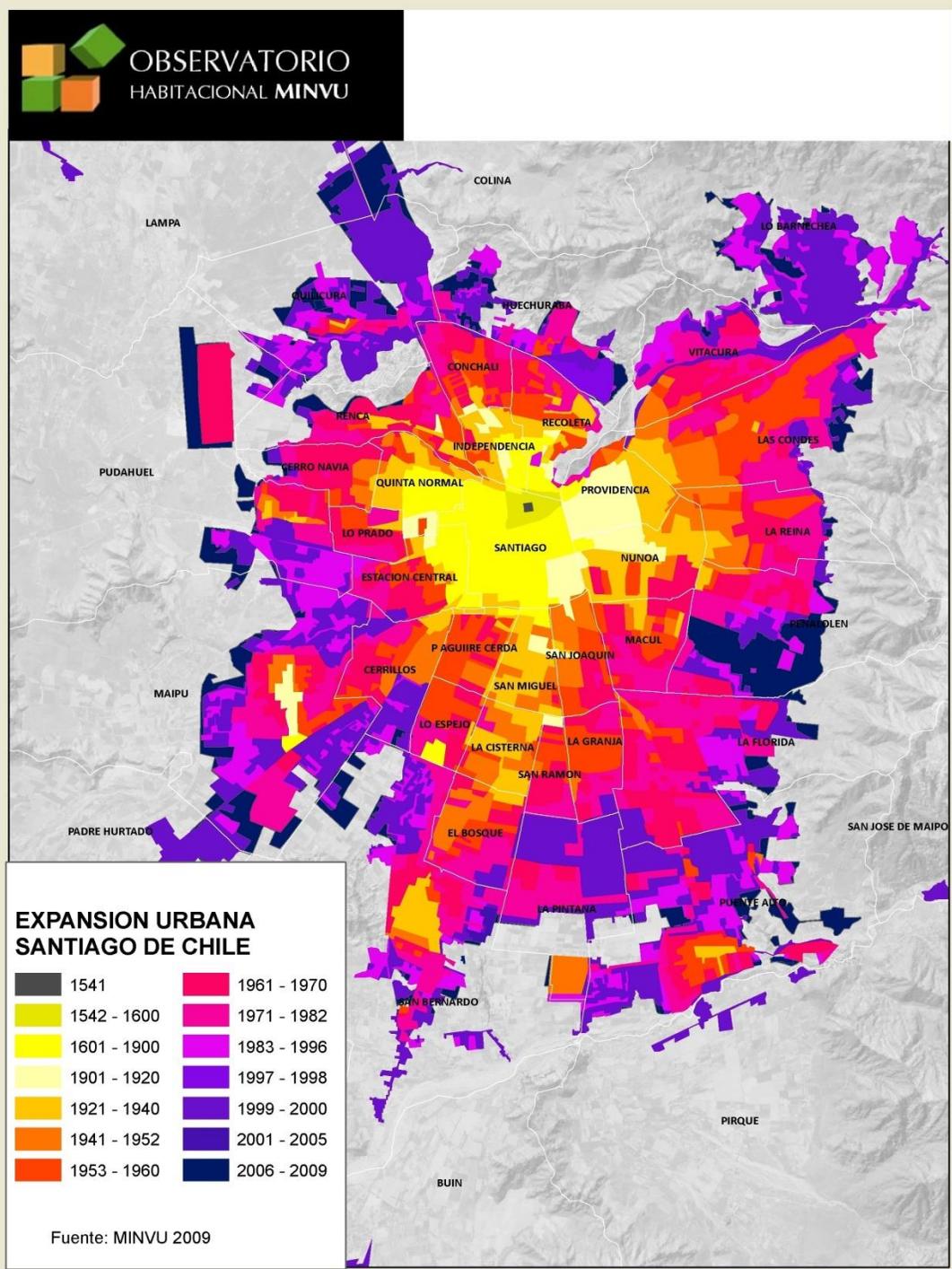
Con toda esta modificación los terrenos urbanizables que se generaron a partir de dicho decreto supremo pasaron a incorporarse a las comunas periféricas, con la normativa correspondiente. Asimismo el Plan Regulador Metropolitano para Santiago (PRMS 1994) a través de la incorporación de la provincia de Chacabuco estableció nuevas modalidades y estrategias de desarrollo urbano tanto para terrenos del DS 420 como para nuevos territorios incorporados en el territorio, derivado de esto es que surgen las zonas de desarrollo urbano condicionado (ZODUC) que permiten la urbanización de áreas rurales bajo condiciones especiales aprobadas por las autoridades sectoriales y municipales.

Esta incorporación de terrenos se refleja al aducir a la mención de Ducci (2003)

Durante la década de los 90 el área metropolitana de Santiago continuó aumentando significativamente su superficie, pasando de 50.000 hectáreas aproximadamente en 1990 a cerca de 62.000 en el año 2000, crecimiento que en un 40% estuvo vinculado a la expansión de los espacios residenciales (citada en Hidalgo, 2004, p.30).

En la medición del área urbana de inicios de los 90' se incorpora la comuna de Puente Alto, a través de un continuo de viviendas y servicios posicionado a lo largo de la avenida Vicuña Mackenna; luego en la medición del año 2000 la integración más destacada a la unidad urbana corresponde a la conurbación que se presenta en la comuna de Padre Hurtado a través de un continuo de edificaciones que se desarrollan a lo largo de la ruta 78, por otro lado hacia el norte de la región, “la unidad urbana de Santiago había desbordado también los límites político-administrativos de la provincia de Santiago, ocupando parcialmente las comunas de Lampa y Colina...” (Ducci, 2002, p.5) a lo que se suma la integración de sectores como el cerro Renca, un amplio sector de Quilicura y sectores al sur del aeródromo de Cerrillos.

Al momento de hacer gráfico este crecimiento podemos observar la imagen que muestra cómo ha crecido la *mancha urbana* de la región metropolitana desde sus orígenes hasta 2009



Comienza así la ocupación de nuevos terrenos, la expansión de la mancha urbana de Santiago que en otras palabras se puede conceptualizar como sub urbanización, donde además de la ocupación de estos terrenos, se inicia un proceso de creación de subcentros urbanos, que buscaban salir de la dinámica de dependencia con el núcleo central de la capital y dejar de lado su monofuncionalidad como meras áreas residenciales o “comunas dormitorio”, para alcanzar una multifuncionalidad respondiendo así a las necesidades de abastecimiento de los suburbios que están en pleno desarrollo lo cual no se reduciría únicamente a la proximidad espacial ante las funciones de tipo residencial, empresarial o industrial sino que además considera la consecución de la autonomía de los suburbios frente a las zonas centrales.

Para entenderlo clara y sintéticamente,

La flexibilización de las normas llevo al ingreso de una gran variedad de funciones urbanas no residenciales en la periferia tradicional, una parte importante de las cuales se orientó a proveer servicios acordes a los nuevos estilos de vida desarrollados en los suburbios (Greene & Soler, 2004, p.60)

Ahora bien, este proceso se presenta a un ritmo paulatino, donde no se completa una autonomía total de las periferias ante las ciudades centrales, principalmente a nivel del rol que estas poseen. En el caso de Santiago, la capital mantiene un rol circunscrito a funciones de alcance tanto metropolitano como nacional, a través de la bolsa de comercio, las entidades financieras más importantes, los tribunales de justicia, las dependencias gubernamentales de mayor relevancia además de los más grandes e importantes tipos de equipamientos tanto artísticos, como deportivos.

Esta calidad de vida es perfectamente tangible si pensamos en que surge una demanda de viajes “interperiferia”, para los cuales la ciudad no está del todo preparada, lo que sumado al desarrollo de fuentes laborales en la periferia genera desplazamientos de una periferia a otra, con lo que algunos trabajadores deben cubrir más de 60 kilómetros diarios consumiendo varias horas diarias en sus viajes, mermando el tiempo para la realización de otro tipo de actividades más relacionadas con la calidad de vida humana.

La postulada expansión de la mancha urbana se estaría generando a partir de una agregación y población continua de la periferia, los cuales estarían creciendo a un mayor ritmo que los centros urbanos tradicionales al interior de la región, comunas como Talagante y Buin, estarían dando la pauta de esta afirmación, donde la primera según el resumen ejecutivo del plan regulador comunal(2004) se presenta un ritmo sostenido de crecimiento poblacional, al contrario de otras localidades rurales, que la llevo a poseer 59.805 habitantes en la medición censal de 2002, y la segunda que según la misma medición resumida en el reporte comunal de la Biblioteca del Congreso Nacional(2012), posee 63.419 habitantes, configurando así en ambas un crecimiento porcentual mayor al que se presenta a nivel regional.

De ahí que esta gran cantidad de población asentada en los lugares periféricos y la creciente urbanización de los mismos nos lleve a pensar que se comienzan a escenificar crecientes subsistemas urbanos, donde se pueda concretar una coexistencia del sistema central y nuclear con el subsistema emergente de la periferia y así concretar una metrópoli configurada de manera difusa y sin fronteras entre el centro y la periferia y a la vez una metrópoli más integrada.

3.4. Consumo y consumismo

En el escenario de la cotidianeidad la acción de consumir se ha vuelto un eje fundamental, sin embargo dicho acto trasciende al mero momento en que se intercambia algún bien a través de dinero.

De ahí que sea necesario revisar de manera profunda como este proceso se ha ido constituyendo e instalando a partir de lo cultural y cuáles son los niveles de influencia que logra ejercer en el diario vivir de los sujetos.

En épocas anteriores la presencia de los sujetos en la vida urbana y cotidiana se dotaba de sentido a partir de alcanzar un ejercicio satisfactorio de la ciudadanía, la cual estaba organizada a partir de lo colectivo, lo propio y de la participación y apropiación de las instancias públicas. Canclini (1995) aduce claramente que el mencionado ejercicio de ciudadanía, se presentaba asociado a la capacidad de los sujetos de apropiarse de los bienes y a las diferentes maneras de utilizarlos pero supeditados por la igualdad en derechos abstractos, como la representación política; sin embargo en la actualidad esta situación sitúa a hombres y mujeres ante la inquietud de no encontrar un lugar de pertenencia y los derechos que ahí se contienen, entonces

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos (...) se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos (Canclini, 1995, p.13)

Esta primera entrada al rol que está tomando el consumo en la construcción del yo y de la ciudadanía impulsa la crítica más común que generalmente se le hace a este proceso, donde se sitúa netamente como una situación impulsiva que supera su uso necesario e instrumental dejando de lado la dimensión social del mismo, sin comprender así, las “dinámicas sociales del consumo, en su compleja relación con la subjetividad del individuo lanzado a la incertidumbre de vivir en las sociedades neoliberales del capitalismo globalizado” (Moulian, 1998, p. 9).

En definitiva, la crítica al consumo como mero placer, no debiera ser a que exista como tal, sino que debería ser al lugar predominante que ocupa o a que se llegara a instalar como eje articulador del sentido de la vida; entendiendo que para el mismo autor, el proceso de consumir tiene que ver con

Una operación cotidiana imprescindible que está ligada a la producción material pero también espiritual (cognitiva, sensorial y emocional) de los individuos (...) ligado al desarrollo vital y es el objetivo de ese intercambio incesante de los hombres con la naturaleza que llamamos trabajo (Moulian, 1998, p.9)

3.4.1. Consumo y transformaciones identitarias: destrucción de lo propio y lo ajeno

Una manera de abordar las dinámicas que se generan a partir del consumo, tiene que ver con la constitución de identidad de los sujetos inmersos en una comunidad cada vez más adepta al proceso de consumir a partir de la instalación del modelo neoliberal globalizado.

Situación que queda de manifiesto si pensamos que anteriormente en la modernidad, las identidades tenían más que ver con lo territorial, con lo que se constituía como colectivo a través de una idiosincrasia y una comunidad concebida a partir de la nación y en contraposición a las demás naciones. En cambio las identidades posmodernas serían transterritoriales y multilingüísticas, se constituirían a partir de los mercados más que desde los Estados y también se ciñen más a la comunicación tecnológica y la producción industrial de cultura que a las comunicaciones escritas u orales que se efectuaban a través de las interacciones próximas, dando relevancia a las relaciones cada vez más tecnologizadas.

Así, "... la clásica definición socioespacial de identidad, referida a un territorio particular, necesita complementarse con una definición sociocomunicacional..." (Canclini, 1995, p.31) desarrollando un interés mayor por los nuevos escenarios que se erigen a la hora de constituir las identidades, donde la cultura pasaría a ser un "ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar" (Canclini, 1995, p.16) situación que se puede extrapolar desde la cultura nacional hacia la cultura local de las ciudades, como en nuestro escenario de estudio donde una de las situaciones que se encuentra en proceso de transformación y mutación constante tiene que ver con la identidad local de lo rural, que cada día está transitando a una constitución híbrida entre lo tradicional y lo vanguardista, que se está instalando en la comuna de Talagante.

La multiculturalidad que concreta la identidad de los sujetos hoy en día intenta concretar una ciudadanía que

No tenga que ver solo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades (Canclini, 1995, p. 19).

Se desprende de esto que existen códigos que consiguen unificarnos, o que al menos permiten que nos entendamos, que son cada vez más escasos y que tienen cada vez menos que ver con la etnia, la clase o la nación en la que se nace, y si con comunicaciones fluidas en relación con los órdenes transnacionales de la información, de la moda y del saber.

Se destruye así la idea de diferenciación clara entre lo propio y lo ajeno, en cuanto a las distancias que separaban anteriormente a dichas acepciones y que se marcaban concretamente al pensar que buscar bienes y marcas extranjeros era un recurso de prestigio y a veces una elección de calidad, lo que en la actualidad se modifica al ser casi cualquier persona la que tiene o puede conseguir el acceso a dichos símbolos de status, derivando así en una pérdida de relación de fidelidad entre los objetos y sus territorios originarios generando la idea de que lo que se produce en todo el mundo está aquí y ahora, dificultando saber que es lo propio y que es lo ajeno, a partir de la participación de los sujetos en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores

3.4.2. Consumo y transformación del constructo de ciudadanía

Como se señaló anteriormente el acto de consumir ha tomado un rol preponderante en el devenir de las sociedades posmodernas, al punto de generar una transformación en el proceso de participación y las instancias de representación que constituían a la ciudadanía, a partir del debilitamiento de las estructuras políticas que sustentaban anteriormente dicho constructo y de la generación de un ciudadano más interesado en alcanzar una calidad de vida a través del consumo.

Este proceso de transformación surgiría a partir de la restitución de la democracia en los países de América Latina, lo cual fue generando espacios de expresión al “pueblo” pero que a partir de las bases sentadas a través de la liberalización de la economía, sumado a la crisis de los modelos populistas, socialistas, y de centroizquierda llevaron al agotamiento de las formas tradicionales de representación y entregaron la posibilidad de absorción de la esfera pública por parte de los medios masivos de comunicación e hicieron a un lado las voluntades colectivas que concretaban la idea de ciudadanía desplazándose el desempeño ciudadano hacia las prácticas de consumo.

En la práctica política esta situación queda de manifiesta si señalamos que

Desde que se desvanecieron los relatos emancipadores (...) las decisiones políticas y económicas se toman siguiendo las seducciones inmediatistas del consumo, el libre comercio sin memoria de sus errores, la importación atropellada de los últimos modelos que lleva a recaer una y otra vez como si cada una fuera la primera, en el endeudamiento y la crisis de la balanza de pagos (Canclini, 1995, p.17).

Además de la arista política, se comienza a escenificar la influencia del mercado en todo momento de la vida social, como lo racial, lo cultural, lo relativo al género, etc. instancias que estarían encontrando un lugar de convergencia en el mencionado mercado, lo que hace necesario encontrar una respuesta que articule de manera estratégica las modalidades de la ciudadanía en los escenarios antiguos y los actuales, pero haciendo partícipe de manera complementaria y equilibrada al Estado.

Así las prácticas sociales y culturales viven un proceso de reestructuración que estaría conduciendo directamente a una concentración de la toma de decisiones en las elites tecnológico-económicas y generando un nuevo régimen de exclusión de las mayorías que finalmente son incorporadas casi exclusivamente como clientes, llevando a que el derecho de ser ciudadano, o sea, de decidir cómo se producen, se distribuyen y se usan estos bienes, quede restringido otra vez a las elites.

En definitiva el mercado estaría reemplazando a la política como motor del ejercicio de ciudadanía casi sin oposición, sin embargo la posibilidad de rebatir esta idea surge a partir de Moulian (1998) al señalar que para el autor la política debiera tener el lugar de la “racionalidad deliberativa, desde la cual se piensa y se actúa sobre la sociedad, sobre las finalidades que esta plantea y que (por contrapartida) nada tiene de acto deliberativo político la elección entre marcas o precios” (p.40).

Surge así la discusión relativa a la capacidad de los sujetos de erigirse como meros consumidores de bienes y servicios, o si se puede retomar el lugar de ciudadanos con conciencia y capacidad de participación en el contexto sociocultural en que se desenvuelven.

Por contrapartida, para García Canclini (1995) existe la posibilidad de que el consumo pudiera articularse efectivamente con el ejercicio reflexivo de la ciudadanía a partir de la reunión de requisitos como;

Una oferta vasta y diversificada de bienes y mensajes representativos de la variedad internacional de los mercados, de acceso fácil y equitativo para las mayorías; información multidireccional y confiable acerca de la calidad de los productos, con control efectivamente ejercido por parte de los consumidores y capacidad de refutar las pretensiones y seducciones de la propaganda; participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones del orden material, simbólico, jurídico y político donde se organizan los consumos (págs. 52-53)

En conclusión, la posibilidad de vincular el consumo con la ciudadanía requeriría ensayar una reubicación del mercado en la sociedad, sacándolo del eje principal o más bien dando cabida a una coexistencia con la participación pública de los ciudadanos en los ámbitos que conciernen directamente a su cotidianeidad, además de intentar la reconquista imaginativa de los espacios públicos así como también del interés por lo público, a través de un trabajo político minucioso y sin limitaciones, para que el consumo pueda mostrarse como un lugar con valor cognitivo, con la posibilidad de pensamiento y acciones significativas para la vida social haciendo partícipes a los ciudadanos y no posicionándolos como meros receptores de las pautas que el mercado vaya ubicando como las directrices a seguir.

3.4.3. Relación entre el sujeto y el consumo

Los procesos de transformación descritos tienen un principal receptor, que debe intentar orientar su accionar a la complejidad contextual que se le presente.

Así los sujetos pueden mantener el control propio y de las variables que circundan al consumo, o pueden verse imbuidos y totalmente desintegrados, tanto interiormente como en cuanto a su entorno más próximo.

Para comprender mejor esto, es posible ahondar en el análisis que realiza Moulian (1998) en donde genera una clasificación de los sujetos y su relación con el proceso de consumir, los desglosa en 3 arquetipos; **el asceta, el hedonista y el estoico.**

El primero, reniega de todo placer, llegando a negarse a sí mismo y a los otros para alcanzar objetivos trascendentales, en definitiva "... para el asceta, los placeres y goces están subordinados a las finalidades trascendentes que dan sentido a la existencia..." (Moulian, 1998, p.17) también para este arquetipo, la actividad de consumir poseería justificación moral cuando se presente como necesidad y se consideraría despilfarro cuando es movida por el goce.

Al otro extremo se encontraría el consumidor hedonista, quien sólo responde al llamado de los placeres, entendiendo que el deseo no constituiría en sí mismo un goce, ya que los deseos encontrarían sentido sólo al momento de ser consumados, así el hedonista solamente se volcaría al goce intentado suspender los deseos y la saciedad de los mismos, en definitiva sería un ser totalmente poseído por los objetos en los que encuentra la satisfacción, viviendo un ciclo constante.

Entre ambas figuras aparece el consumidor estoico, para quien el deseo estaría en el centro de la existencia pero esa vida tendría que ver con cómo administra ese deseo en función de la realización del yo a través del vínculo social y la generación del nosotros, representando la figura moral donde el deseo se hace compatible con la solidaridad y deja de ser voraz. Este arquetipo sería el que intenta preservar su estructura íntima frente al asedio del mercado que trata de devorarnos y del alud de información que intenta impedirnos pensar.

Para esto, los sujetos deben verse inmersos en la lógica que instala el marketing, donde la ideología predominante en la actualidad, incita al consumo, a través de la seducción, así como de la glorificación de los productos y el ensalzamiento de las oportunidades, dando la imagen de que todos los sujetos pueden acceder a lo que deseen, siendo presentado el consumo con el acto pleno de la modernidad al ser el camino principal de acceso a la felicidad al confort y a la entretención.

Los sujetos se sitúan como testigos además de cómo sus asentamientos, se transforman de acuerdo con las necesidades que impone el sistema basado en el consumo, generando

Nuevos patrones de asentamientos y convivencia urbanos: del barrio a los condominios, de las interacciones próximas a la diseminación poli céntrica de la mancha urbana sobre todo en las grandes ciudades donde las actividades básicas como trabajar, estudiar y consumir se realizan a menudo lejos del lugar de residencia y donde el tiempo empleado para desplazarse por lugares desconocidos de la ciudad reduce el disponible para habitar el propio (Canclini, 1995, p. 24)

Esta situación queda de manifiesto en la comuna escenario del estudio, pensando en que el proceso de transformaciones que esta viviendo la comuna de Talagante abarca precisamente los aspectos aquí mencionados, y que relacionados con el consumo conforman el eje central del estudio.

3.4.4. Instituciones del consumismo

El sistema capitalista instala frente a los sujetos un sistema compuesto por instituciones que permiten sostener el ciclo que requiere el consumidor hedonista, a saber, el mall, las grandes tiendas y los sistemas crediticios además del discurso televisivo.

El mall se erige como un incitador de deseo, que siendo un espacio privado con aspecto de público, genera la sensación de accesibilidad total a los bienes y servicios que lo completan por parte de los sujetos, a través de una puesta en escena de nivel obsceno, si pensamos que los objetos se exhiben a la mirada de los que pueden y de los que no pueden o no tienen derecho a satisfacer el deseo de consumirlos al no tener o el dinero o el crédito, así como también al escenificar gran abundancia a metros de la miseria.

Al mismo tiempo aparece la estructura crediticia a partir de instituciones que actúan casi como un club de crédito, donde la tarjeta se erige como la inscripción que permite el acceso a un monto de dinero ficticio prefijado luego de evaluar financieramente al cliente.

El hecho de dar crédito tiene tanto la connotación de otorgar un préstamo como también de darle credibilidad a alguien, lo cual antiguamente radicaba también en la moralidad y el honor del acreedor, lo cual con la masificación de los sistemas crediticios, transformo el préstamo en un cálculo impersonal asociado al nivel de ingresos y a los comportamientos económicos anteriores del acreedor

La expansión del consumo a través de las dos instancias descritas, hace surgir la necesidad de controlar la manera en que se desenvuelven los sujetos en el entramado consumista crediticio, por eso es que surgen estructuras de clasificación y control que los consumidores deben tolerar al ser la vigilancia la condición de facilidad y existencia para hacer efímero el gozo y que éste se transforme en responsabilidad frente a la deuda contraída. En definitiva al ser consumado el deseo, el consumidor hedonista debe transformarse en un cliente austero que cumple para permanecer en la cadena del placer adquisitivo.

Como en todo orden de cosas presente en el capitalismo actual, la arista económica y de consumismo presenta una problema contradictorio a nivel estructural, porque se incita al consumo pero al mismo tiempo se provee de trabajos precarios, los clientes así deben ser controlados frente al riesgo del pago en cuotas y al mismo tiempo debe mantenerse el cuidado por los que tienen puestos temporales o profesiones vulnerables.

En síntesis,

Se genera una tensión entre las necesidades de funcionamiento del mercado crediticio y las de los mercados laborales. El primero requiere de la estabilidad de los pagos, el segundo necesita flexibilidad respecto de la ocupación de la fuerza de trabajo. Esta contradicción es profunda, puesto que la velocidad de realización de las mercancías es una condición de la competitividad y la posibilidad de sobreoferta un peligro en un orden globalizado, con libre circulación de mercancías y enormes capacidades productivas (Moulian, 1998, p.43).

3.4.5. Relación de los sujetos con los objetos

Los sujetos a lo largo de su existencia tienden a relacionarse con objetos pero la relación en que ejecutan el acto de consumir contiene muchos factores socioculturales que incitan y se generan a partir del mismo; en consecuencia es posible señalar que

los hombres intercambiamos objetos para satisfacer necesidades que hemos fijado culturalmente, para integrarnos con otros y para distinguirnos de ellos, para realizar deseos y para pensar nuestra situación en el mundo, para controlar el flujo errático de los deseos y darles constancia o seguridad en instituciones y ritos (Canclini, 1995, p.53).

Al momento de aducir directamente a la relación entre un sujeto y un objeto o bien material, señalaremos que destacan 3 maneras de realizar dicha relación, a saber, la relación instrumental que tiene que ver con la utilidad; la relación simbólica, en la cual los objetos representan relaciones afectivas o la memoria de ellas; y la relación estética, en la cual los objetos son amados por su belleza.

Esta última es la que se posiciona de manera estelar en la concreción del consumidor hedonista, donde el deseo incitador del consumo trata de motivos que no surgen desde lo interno de cada uno, sino que desde las capas exteriores, lo cual refiere directamente a la superficialidad del gusto, de la necesidad y finalmente de la posesión del objeto, por ende es una situación que se genera a partir de la socialización.

El consumo requiere mantenerse permanentemente como el motor de desarrollo de las sociedades y para esto es necesaria una constante expansión que se logra a partir del desgaste y la innovación, ya que lo primero tiene que ver con el ciclo de vida de los objetos, y puede ser relativo o absoluto, en el primer caso es donde puede presentarse la innovación las nuevas tecnologías o los representantes de la moda. En los procesos de innovación nunca existe una pérdida absoluta del valor de uso de los objetos, ya que principalmente se busca la consecución permanente del confort, teniendo la belleza y la duración una relación inversamente proporcional ya que los objetos no se fabrican para tener una larga vida ya que el paso del tiempo los deteriora y afea.

Esta situación ve su materialización a partir de lo que se conoce como **obsolescencia programada**, donde los objetos son fabricados con una vida útil limitada y que luego de concretarse ese tiempo el producto o servicio se torne obsoleto o inservible.

A partir de esto es que entra en discusión la instalación de necesidades ficticias, ya que

La necesidad ya no es aquella cualidad fija, estable y casi rígida que servía como parámetro moral del consumo. Un automóvil del año 94 cumple básicamente las mismas funciones que uno del 98, aunque no proporcione los mismos placeres. ¿Qué sentido tiene entonces cambiarlo? Es el signo de una economía del despilfarro, de una economía cuyo objetivo es la producción de consumidores hedonistas (Moulian, 1998, p. 33)

Se erige al mismo tiempo, un creciente poder y control del dinero, o lo que se conoce como *fetichización del dinero* que no es otra cosa que el acto de otorgarle poder, en este caso de tipo simbólico y que supera su condición de mero método de intercambio, situándose como poder, identidad y felicidad. Como poder se posiciona al momento de ser ubicado como eje estructurante del proyecto de vida y en que el dinero se convierte en la potencia que permite realizar los sueños como la casa propia, el automóvil propio y todo medio material que se desee; como identidad cuando para definir a una persona se tiene en consideración de manera equilibrada al ser y al tener, dejando de lado sus capacidades intelectuales y personales, y al medir el mérito y el prestigio a través de las posesiones; y finalmente como felicidad cuando ésta se define únicamente como

Algo que se compra, adquirible y que se concreta en el confort o en la entretención. La felicidad no es ya el producto de la realización trascendental en la fe, en el amor, en la pasión, en la lucha por causas, en el saber o en la bondad (Moulian, 1998, p.35).

3.4.6. Consumismo y trabajo

Cuando la vida cotidiana de los sujetos tiene como eje articulador al consumo hedonista y las estructuras de incitación y de perpetuación de la deuda viven su apogeo, el concepto de trabajo sufre una transformación profunda y vive un giro mercantilizador donde se debe desligar de los aspectos vocacionales o de realización personal y pasar a ser vivido como mero proveedor de dinero.

El trabajo vive un proceso de evolución en que transita desde acciones reiterativas y simples, como se vivía en la estructura fordista, a un momento en que las acciones se complejizan y se ejecutan a partir de la informatización de los procesos, desarrollando una nueva división de trabajo y requiriendo nuevos estándares de preparación de los trabajadores. En definitiva, “el trabajo evoluciona desde actividades desmenuzadas simples a actividades parceladas complejas y en ocasiones hacia la realización de procesos globales.” (Moulian, 1998, p.54). Se revaloriza el trabajo pensando en una mirada que deja de lado las condiciones sociales; al mismo tiempo se presenta una desvalorización del mismo al subordinarse completamente ante el capital.

La transformación que rompe el equilibrio en el aparato laboral propiamente tal se ve materializada a partir de 3 instancias, la primera tiene que ver con la flexibilización de los mercados laborales, lo que generaría un temor constante de los trabajadores a la pérdida de su fuente de trabajo, por no cumplir expectativas del empleador o por culpa de las vicisitudes cíclicas del mercado; la segunda por el desarrollo del trabajo temporal y precario, desvalido de la protección de las leyes laborales; y la tercera tiene relación con la disminución drástica de la capacidad negociadora del movimiento sindical por la menguada tasa de afiliación resultado de la impotencia de ese movimiento.

Se puede describir al trabajo como un ámbito de privación de placeres en donde pocos son retribuidos según su esfuerzo y su mérito pero que genera las condiciones monetarias para sobreponerse y disfrutar el escape de las posibilidades del consumo principalmente a crédito, donde el ciclo se termina al volver a transformarse en un pragmático y disciplinado trabajador.

3.4.7. Rol de la ciudad en el nuevo escenario de consumismo

En esta época global, los asentamientos ya sean urbanos o rurales sufren constantes mutaciones que van intentando dar cabida a la mayor satisfacción posible de los requerimientos de sus habitantes.

Esto también lleva a que los estudios que se realicen en las áreas urbanas comiencen a poner énfasis en los procesos informacionales y financieros reconceptualizando las funciones de las grandes ciudades, en la medida en que lo característico de la economía presente no sea tanto el pasaje de la agricultura a la industria y de ésta a los servicios, sino la interacción constante entre agricultura, industria y servicios siendo los procesos de información la base de la misma, tanto a nivel tecnológico, como de gestión y de comercialización.

Las ciudades se convierten así en el nudo en que se realizan las conexiones entre las economías de diversas sociedades o entre las formas de comercio de pequeñas áreas dentro de una provincia, escenificando así la relación entre lo global y lo local

Esto se relaciona con la ciudad global de Saskia Sassen (1991) quien argumenta que el nuevo rol estratégico de estas ciudades deriva de "... la combinación de dispersión espacial e integración global además de su capacidad para concentrar la acumulación financiera y las innovaciones en el consumo" (citada en Canclini, 1995, p.70)

Este modo de hacer ciudad estaría instalándose como el ideal propuesto por el sistema capitalista global y así expandiéndose hacia las naciones que deseen ser parte de este ordenamiento.

Luego, al interior de éstas comienza un traslado desde los centros metropolitanos hacia las periferias y áreas rurales, generándose e instalándose patrones de uniformidad, remodelación de hábitos locales y subordinación de éstos a la manera foránea de trabajar, vestir y distraerse, homogeneizando el consumo y la sociabilidad, pero sin borrar completamente las particularidades que sustentan la tradición histórico – cultural de la identidad de localidades como la investigada, que si bien está siendo invadida por los artefactos y las pautas foráneas de consumo y de relaciones sociales de sus habitantes, tiene la capacidad para mantener instancias de comercio tradicionales y familiares poniendo en tensión la construcción identitaria actual de los talagantinos a partir de la coexistencia de los modos de vida y de consumo siendo el modo foráneo el que tiene mayor peso en la vida cotidiana por la fuerza de la imagen, del marketing.

IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Paradigma y enfoque

Desde esta instancia se expondrán los métodos y herramientas que serán utilizadas para la consecución de las metas planteadas en la investigación.

En primer lugar hemos de señalar que el paradigma dentro del que nos insertaremos será el paradigma fenomenológico ya que la intención de base en la investigación es describir, comprender e interpretar la realidad, desde las vivencias, las intenciones y los significados que atribuyan los sujetos a las transformaciones socioculturales y urbanas postuladas en la comuna de Talagante.

Esto será realizado, ciñéndonos a las características que posee este paradigma, como lo son, entre otras, su intento de comprender la realidad desde los sujetos, y realizar esta comprensión en el contexto dado sin intentar modificarlo además de la manera profunda en que busca describir los hechos y sus causas, pero donde principalmente emerge su capacidad de generar reflexión en y desde la praxis, lo que se puede complementar al señalar que "...cuando lo que se busca es interpretar lo que sucede en una situación concreta, en lugar de establecer controles necesitamos observar la interacción entre todos los elementos de la situación elegida tal y como operan en su contexto natural..." (Perez Serrano, 2008, p.27) por lo cual, si buscamos la comprensión de la situación foco de nuestra investigación, debemos observar la interacción entre todos los elementos de la situación y como operan en su contexto natural sin intentar modificarlo, internándonos en el mundo de la vida cotidiana y en las interacciones que viven los sujetos, asumiendo directamente desde sus voces lo que conformara nuestro cuerpo de datos descriptivos.

El método que sustenta esta manera de investigar es la etnometodología, la cual tiene que ver con "... la búsqueda empírica de los métodos empleados por los individuos para dar sentido y, al mismo tiempo, realizar sus acciones de todos los días: comunicarse, tomar decisiones, razonar..." (Coulon, 1987, p.32) en definitiva tiene que ver con el intento práctico de comprender que los sujetos y sus experiencias son los que configuran el estudio de lo social saliendo de la consideración de los hechos y datos como estabilidad y comprendiendo la(s) dinámica(s) de los procesos cotidianos.

Situación que si la ubicamos en nuestro contexto de trabajo nos permitirá abordar un escenario físico y social particular en el centro de la comuna de Talagante, donde se han de presentar las condiciones de cambio sociocultural y urbano que proponemos en el estudio, intentando extraer desde las voces de los sujetos la experiencia y significados que ellos adoptan y van construyendo ante esto.

Apelando así a la acción social y a los significados que los sujetos actuantes le otorgan a ésta, la cual puede ser "... manifiesta o puramente interior o subjetiva, puede consistir en la intervención positiva en una situación, en la abstención deliberada de tal intervención o en el consentimiento pasivo de tales situaciones..." (Perez Serrano, 2008, p.30)

En segundo lugar hemos de señalar que el enfoque de nuestra investigación es de carácter cualitativo buscando enriquecer nuestra investigación con sus técnicas y metodologías, pensando en que este enfoque "...consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables(...) incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones, tal y como son expresadas por ellos mismos" (Pérez Serrano, 2007, p.46).

Además esta manera de enfocar la investigación nos permite contar con un diseño más flexible, donde las interrogantes van surgiendo al tiempo que la realidad estudiada se va haciendo más reconocible.

Por otro lado la mirada holística en que las personas o grupos no se ven reducidos a variables sino que son observados como un todo se hace presente en nuestro marco metodológico de acción, además de la valoración positiva de todas las perspectivas que se presenten a partir de los sujetos, así es que nuestro escenario de investigación puede ir presentando nuevas interrogantes e intereses a lo largo del estudio, principalmente al adentrarnos a la mirada que exponga las situaciones pasadas, también las que den cuenta de situaciones anexas a las transformaciones que se postulan en la investigación y especialmente aquellas situaciones que remitan a nuestras propias valoraciones e historias personales al ser habitante de la misma comuna y estar viviendo de manera directa y diaria las situaciones que se verán investigadas.

4.2. Alcances del estudio

A partir de los objetivos y supuestos que sustentan este estudio, es que podemos señalar que el alcance de nuestro estudio es de carácter descriptivo. Dicho alcance se justifica principalmente porque a partir de los sujetos que vivencias modificaciones en las pautas de consumo a partir de las transformaciones socioculturales y urbanas en la comuna de Talagante, se intentará construir y comprender su experiencia diaria ante esto, de una manera profunda y generando patrones comunes o un perfil que permita caracterizar el momento que viven y las transformaciones que estos han vivido en conjunto con su entorno; generando así una manera distinta de abordar un problema que podría quedarse en la mirada economicista o de reducción de las experiencias de los sujetos a variables numéricas.

En definitiva, “... los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2006, p.102)”

4.3. Diseño muestral

A partir de este apartado se efectuará la construcción de nuestros casos empíricos y para la óptima selección de las fuentes de información.

4.3.1. Universo físico y social

En este apartado el escenario de nuestra investigación se delimitará en sus dimensiones físicas y sociales, estableciendo así un contexto que permita comprender la problemática que se busca analizar en profundidad y a los sujetos que la protagonizan.

Descripción general de Talagante

Comuna: Talagante	
Población: 59.805 habitantes	
Población urbana: 49.957	Población rural: 9. 848
Superficie: 125,77 km ²	

Fuente: Plan regulador comunal de Talagante. Resumen ejecutivo

Estos niveles de población implican un crecimiento significativo con respecto al periodo censal anterior de un 33,17% reflejado en 14.987 personas lo que dejaría de manifiesto la tendencia de despoblamiento de las comunas centrales de la Región Metropolitana y del creciente poblamiento de las comunas periféricas.

Al momento de adentrarnos en las cifras, es posible constatar en primer lugar, que la presencia de la población de los rangos etarios infantil y juvenil presenta una disminución significativa y por el contrario la presencia de los sujetos por sobre los 30 años se sitúa de manera indiscutible como la mayor, así la llegada de población en edad adulta podría explicar la aparición de un nuevo perfil de demandas y aportes a la comuna, consolidando una población económicamente activa poderosa que es la que vivencia y ha ido configurando el escenario en torno al nuevo consumidor.

Comparación porcentajes de población por tramo etáreo

Tramo etáreo	Situación en períodos censales (1992 - 2002)
0 – 14	Desciende de 31,3% a 28,78%
15 – 29	Desciende de 28,2% a 24,05%
30 – 59	Aumenta de 32,4% a 38,54%

Fuente:

La población económicamente activa se cifra en el año 2002 en 23.113 personas, y representa a las personas que se enfrentan directamente a la experiencia del consumo, considerando que son personas mayores de 15 años, y que están experimentando la configuración sociocultural que estaría modificando sus pautas de consumo.

Índices comparativos de población a partir de su participación económica

	Población económicamente activa (PEA)	Población No económicamente activa (PNEA)
1992	44,19%	55,81%
2002	54,26%	45,74%

Fuente:

Un último aspecto a revisar tiene que ver con los hogares y la composición que estos tienen en la comuna, donde se puede visualizar que en el año 2002 se registraba la presencia de 15.549 hogares lo que significaba un crecimiento de 47,80% con respecto a 1992 donde sólo se contabilizaban 10.520, situación que hoy en día debería verse aumentada pensando en la ampliación de la oferta inmobiliaria que ha registrado la comuna a partir de los últimos 3 a 4 años, generando proyectos en sectores en que se habría modificado el uso de suelo, por su pasado agrícola y que hoy en día presentan una gran demanda por parte de los talagantinos jóvenes como también por parte de los habitantes que llegan a la comuna desde otras.

Tipos de hogares presentes en Talagante, comparación en periodos censales

Tipos de hogares	1992	2002
Nucleares	72,46%	64,87%
Unipersonales	6,18%	8,42%
Extensos	20,17%	23,09%
Compuestos	1,19%	3,61%

Fuente:

El desglose de los hogares medidos en el periodo censal de 2002 entrega que la gran mayoría de ellos, correspondía a hogares nucleares (jefe de hogar con o sin pareja o cónyuge, e hijos) experimentando así una disminución frente a la presentada en 1992 lo cual puede encontrar como explicación a la aparición de otro tipo de composición de los hogares, a saber, unipersonales, en donde se remite solo a un jefe de hogar; extensos, los cuales poseen otros parientes ajenos al núcleo familiar básico; y finalmente los compuestos en donde una o más personas no guardan parentesco alguno con el jefe de hogar, se expone que la nueva gama de hogares presento alzas en su presencia y configuró así un nuevo escenario en la composición de las familias talagantinas.

Sectores de ocupación de los talagantinos, revisión comparativa 1992 – 2002

Año 1992	Año 2002
1° Agrícola 23,72%	1° Comercio 22,68%
2° Industrial 20,69%	2° Servicios 21,94%
	3° Industrial 17,94%
	4° Agrícola 12,41%

Fuente:

En este aspecto se visualiza de manera directa la entrada de los sectores ocupacionales propios de las grandes ciudades que se comienzan a situar en la estructura laboral de las comunas periféricas, y que da cuenta del predominio de la organización sociocultural propia del modelo de predominio del mercado.

El último aspecto que resulta relevante tiene que ver con la cantidad de gente que se desplaza a trabajar o a estudiar a otras comunas, donde según las cifras del censo 2002 recogidas en el plan de desarrollo comunal (PLADECO) del año 2006, son 11.915 personas las que declaran salir diariamente a alguna comuna dentro de la Región Metropolitana, teniendo como destino las comunas de Santiago con un 21,64% del total a la comuna de Peñaflor con un 9,13% y Maipú con un 7,9%, lo cual generaría interrogantes en torno a la capacidad que tiene la oferta tanto de educación como de empleo presente en Talagante, para poder dar respuesta a las demandas de su población y evitar la masividad de ese éxodo diario que genera el cuestionamiento sobre si es posible catalogar a Talagante como una “comuna dormitorio”.

La descripción de este panorama demuestra que la comuna de Talagante vive en la actualidad las consecuencias de las altas tasas de fecundidad del pasado, permitiendo la existencia de una gran cantidad de población adulta en edad de trabajar que permite prever un horizonte de sustentabilidad para la población a nivel general, por lo menos a mediano plazo, además de un surgimiento dinámico de nuevas demandas de la población para poder responder a los ritmos que impone la adaptación de la comuna al momento globalizador.

4.3.2 Muestra

La mejor manera de otorgar la confianza y validez necesaria a nuestra investigación radica en la forma en que se efectúa el muestreo.

De ahí que en el contexto de nuestra investigación la mayor pertinencia la obtenga el muestreo no probabilístico principalmente porque al no interesar tanto la generalización de los resultados, este tipo de muestras

Son de gran valor, pues logran –si se procede cuidadosamente y con una profunda inmersión inicial en el campo- obtener los casos (personas, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una riqueza para la recolección y análisis de los datos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista, 2006, p.262)

Este muestreo no probabilístico además se caracteriza como intencional opinático, a partir de los criterios para elegir a los sujetos partícipes, donde estos son escogidos de manera directa por el investigador a partir de la facilidad en el acceso, por ser los que más conocen del tema o por contactos previos, lo cual se suma a que en esta manera de ejecutar el muestreo la principal orientación dice relación con la riqueza de la información y a la posibilidad de sumar unidades de muestreo no previstas anteriormente y de la interrupción del mismo proceso cuando se entienda que se ha llegado a un punto preciso de saturación de la calidad de la información a partir de la reiteración de datos.

4.3.3. Criterios de selección de los sujetos de estudio

Al delimitar los criterios con que se seleccionará a los sujetos de estudio y encontrar coherencia entre esto y los objetivos de nuestra investigación, es posible establecer que los sujetos de estudio han de cumplir con lo siguiente:

- Ser habitantes de la comuna de Talagante
- Habitar a lo menos hace 6 años la comuna
- Ser parte de la población económicamente activa.

4.3.4. Unidad de análisis

La unidad de análisis de nuestra investigación tiene que ver con el *comportamiento de los sujetos que vivencian la experiencia de consumir en la comuna de Talagante*, remitiendo por cierto a la condición de transformación que estaría viviendo ese patrón de comportamiento, y considerando a los mencionados sujetos, como los protagonistas de dicho proceso y los portadores del patrón al momento de consumir.

Situando temporalmente este comportamiento, se establece que el año 2011 se situará como momento inicial del desarrollo un tanto explosivo del área comercial de la comuna que sería el detonante de las transformaciones del comportamiento de los sujetos en torno al consumo.

4.4. Técnicas de recolección de la información

Se considerara pertinente para nuestra investigación la ejecución de 3 técnicas de recolección de información, a saber, la observación, el focus group y la entrevista semi estructurada.

El desarrollo explicativo de esta elección tiene que ver con:

- Observación: en un espacio ubicado preferentemente en el área central de comercio de la comuna con la finalidad de visualizar los comportamientos en torno al consumo que posean los talagantinos, a partir de la consideración de los locales que allí se encuentren, teniendo en cuenta el rubro, el tamaño y los flujos de gente que se visualicen en torno a ellos generando una primera entrada a los movimientos que realizan los talagantinos alrededor del centro en que se erige el comercio, intentando obtener una clasificación a priori de todos esos antecedentes.
- Focus group: esta técnica se centra en la generación de un discurso colectivo a través de la instalación de un moderador que plantea temáticas o preguntas permitiendo que las personas integrantes del grupo entrevistado se expresen intentando poner en confrontación sus experiencias. Para nuestro estudio fueron considerados aquellos que viven el momento actual de desarrollo comercial y de consumo masivo y también quienes tuvieron la posibilidad de vivenciar el momento anterior, donde la comuna se erigía como netamente rural, con el fin de recoger sus apreciaciones, sus descripciones y desde ahí construir una mirada de conjunto que permitió analizar y comprender como se conjugan estos dos momentos y se va construyendo socioculturalmente la comuna.
- Entrevistas: semi estructuradas y focalizadas: se realizaron dos tipos de entrevistas para poder conocer la visión tanto de los locatarios comerciales como de los consumidores. En esta técnica se busca conocer directamente la opinión de los entrevistados a través de pautas temáticas que den espacio a respuestas más bien abiertas que las que se pueden generar a través de un cuestionario rígido que solo permita ciertas opciones de respuesta.

4.5. Técnica de análisis de datos

Luego de exponer las estrategias para recolectar los datos, es preciso señalar el mecanismo a través del cual éstos fueron analizados, teniendo en consideración que “... el sentido del análisis de datos en la investigación cualitativa consiste en reducir, categorizar, clarificar, sintetizar y comparar la información con el fin de obtener una visión lo más completa posible de la realidad objeto de estudio.” (Perez Serrano, 2008, p.102) esto a través de un trabajo de exploración, descripción, interpretación y conclusión de los datos. La realidad de nuestro objeto de estudio intentará comprenderse a partir del análisis de contenido, intentando encontrar la mejor de las coherencias entre las fases de investigación y la concreción de las respuestas a las preguntas planteadas.

4.5.1. Análisis de contenido

El proceso de investigación que realizamos a nivel cualitativo busca indagar en las intersubjetividades de los protagonistas mismos de los sucesos a estudiar, en nuestro caso particular, de los sujetos que vivencian y construyen nuevas formas de enfrentarse a las dinámicas del proceso de consumir, de allí que al momento de intentar comprender todo aquel símbolo y todos aquellos conceptos que den cuenta de la presencia de un discurso en torno al tema investigado, es que se nos invita a encontrar una técnica apropiada para analizar, de ahí que el mecanismo escogido sea el análisis de contenido.

Sobre esta técnica es posible señalar que tiene que ver con un “análisis sistemático de documentos escritos, notas de campo, entrevistas registradas, diarios, memorias, planes de centros, etc.” (Perez Serrano, 2008, p.116). Es decir se intenta alcanzar la naturaleza del discurso de los sujetos a través del análisis de documentos, principalmente los escritos, que en el tránsito de nuestra investigación remiten a los que se generen a partir de las técnicas de recolección de datos siendo el registro de los mensajes de los sujetos.

Los aspectos que caracterizan a este tipo de análisis, tienen que ver con: la objetividad, la sistematicidad, el contenido manifiesto y la capacidad de generalización.

El primer aspecto dice relación con que los resultados de los procedimientos de análisis sean susceptibles a la verificación; por su parte la sistematicidad aduce a que la inclusión o exclusión de determinadas categorías se hará de acuerdo con reglas

y criterios previamente establecidos. El tercer ámbito de los contenidos manifiestos tiene que ver con la posibilidad de cifrar los datos obtenidos del análisis, "... algunas veces esta verificación tomará forma de palabras, símbolos, temas, tipos de personas, etc..." (Perez Serrano, 2008, p.137) lo cual deja abierta la posibilidad de que emerjan contenidos latentes, utilizando a los manifiestos como su expresión, descubriendo aspectos insospechados u ocultos con el contenido manifiesto como apoyo, generando una codificación del significado de la respuesta o de la motivación subyacente de la conducta manifiestamente descrita.

Por último la capacidad de generalización remite a que esta manera de analizar los datos no se limita al recuento y tabulación de los mismos sino que lleva a cabo estos procesos en función de la o las hipótesis que permitan extraer conclusiones para la investigación, de ahí que sea relevante la inferencia realizada que lleve a la consecuente generalización.

En cuanto a la realización propiamente tal del análisis de contenido, hemos de señalar que éste cuenta con un procedimiento que dice relación con:

En primera instancia, la formulación de manera precisa del objetivo de la investigación, que en nuestro caso es "Describir cómo se articulan las pautas y costumbres de consumo de los habitantes de la comuna de Talagante al concretarse la instalación de grandes tiendas que amplían y diversifican la oferta de bienes y servicios en la comuna".

Luego como segundo paso se ha de generar una delimitación de lo que se va estudiar, situación que se expone al señalar nuestra unidad de análisis, que tiene que ver con "el comportamiento de los sujetos que vivencian la experiencia de consumir en la comuna de Talagante".

Posteriormente se efectúa la generación de categorías, que luego serán analizadas, considerando por lo demás, que "una categoría es la noción general que representa un conjunto o una clase de significados determinados" (Pérez Serrano, 2007, p.148), sumado a que el proceso de categorizar, no sería más que el hecho de

Simplificar reduciendo el número de unidades de registro a un número menor de clases o categorías. Diferentes registros se incluyen en una misma categoría en el supuesto de que, según un criterio determinado, estos registros tienen algo en común (Ruiz Olabuénaga, 2003, p.204).

La instancia final del análisis de contenido tiene que ver con la interpretación de los datos y la generación de conclusiones a través de los significados extraídos y las inferencias que concreten el análisis de los mensajes tanto manifiestos como latentes de los sujetos.

V. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La historia de la comuna de Talagante no presenta evidencias claras de que el comercio sea la principal característica de su construcción sociocultural, más allá de los emprendimientos privados, de familias hoy tradicionales, que con sus tiendas de ropa y alimentos dieron vida al centro comercial de la comuna desde hace varias décadas atrás. Sin embargo esta actividad comenzó a tomarse con más fuerza los espacios del lugar, dando vida a un centro comercial con cada vez mayor oferta de bienes y servicios, otorgándole otra cara al desarrollo comercial y urbano de la comuna.

De ahí que el interés por observar este proceso nos ponga de frente al desafío de interpretar los datos recogidos a través de las técnicas de recolección y nos lleve a generar un panorama de este nuevo momento que viviría Talagante.

El análisis propiamente tal de la información recopilada se explica a partir de tres momentos, el primero en que se realizaron observaciones no participantes al escenario delimitado de la investigación como lo es el centro comercial de la comuna de Talagante en la extensión de calles desde la plaza de armas hasta la esquina de calles Balmaceda y Bernardo O'Higgins (calle principal de la comuna) teniendo además en consideración a las calles adyacentes que poco a poco toman el mismo protagonismo que fuera exclusivo de la principal arteria de la comuna.

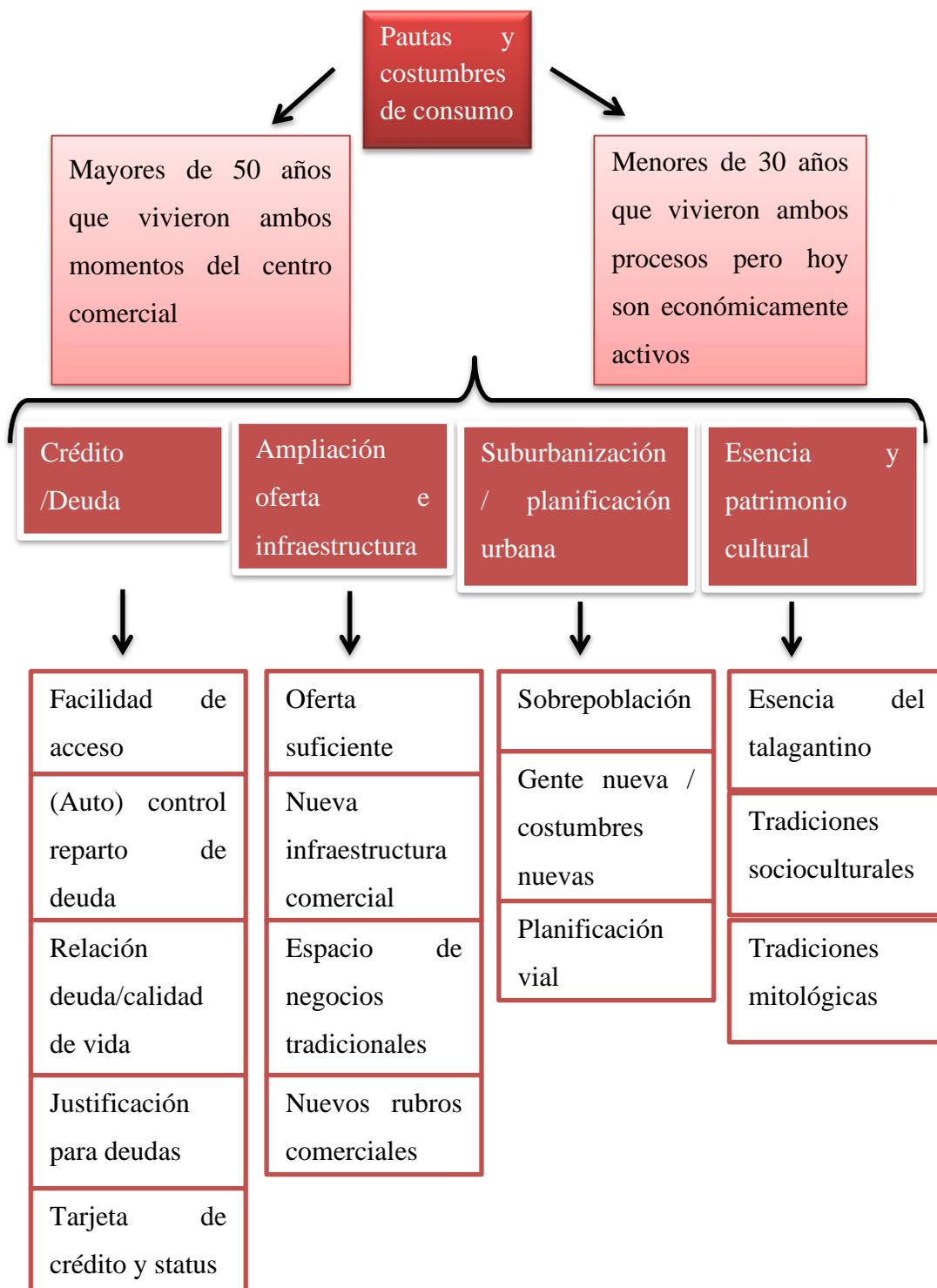
El segundo momento tiene que ver con la realización de entrevistas semi estructuradas a comerciantes tradicionales de la comuna; y en tercer lugar se realizó un focus group con habitantes de la comuna en que compartieron sujetos que viven hace décadas en la comuna y personas que se integran hace poco al mundo económicamente activo y viven plenamente el nuevo momento de la comuna.

5.1 Análisis de los resultados del focus group

En el siguiente apartado se expondrán los resultados del focus group realizado a habitantes de la comuna de Talagante que han experimentado tanto el período comercial anterior a 2009-2010 y el que se viviría actualmente; y donde un tercio de los participantes también cuenta con el antecedente de estar comenzando a incorporarse a la población económicamente activa.

Ahora bien esta instancia de recopilación de información se sustenta en la búsqueda del objetivo general de la investigación que es: describir cómo se articulan las pautas y costumbres de consumo de los habitantes de la comuna de Talagante al concretarse la instalación de grandes tiendas que amplían y diversifican la oferta de bienes y servicios en la comuna.

En lo siguiente se trabajara a partir de las categorías generadas a partir del discurso que emerge de los participantes del focus group, entregando una descripción esquematizada primero y luego desglosando las distintas unidades de sentido que conforman las categorías mencionadas.



5.1.1. Sobre el crédito y la deuda

Al momento de referirnos al crédito y la deuda como categoría que emerge del relato de los participantes del focus group podemos comenzar señalando que este mecanismo ha emergido con fuerza a partir de la implementación de la posibilidad de pagar con tarjetas en casi todos los establecimientos comerciales del país lo cual configura un panorama de deudas que cada poseedor de tarjetas de crédito manejará como sean sus capacidades.

En este sentido a los participantes del focus se les invita a contestar sobre la facilidad que se posee hoy por hoy para acceder al crédito, surgiendo además las aristas del autocontrol de los sujetos que se endeudan, la relación que el crédito y la deuda tienen con la calidad de vida de las personas, las justificaciones que se esgrimen al momento de endeudarse y por último del posible mayor status que otorga la posesión de tarjetas de crédito.

Analizando una a una estas aristas surgen respuestas como:

A mí me paso que por ejemplo cuando estaba en la universidad, todo el mundo casi me regalaban las tarjetas de Ripley, Falabella, todas esas tiendas comerciales (Constanza)

En las mismas tarjetas universitarias que vienen con cuenta vista... Por ejemplo cuando entre a la universidad nos daban tarjetas y todo, y con un cupo que no era menor pero no teníamos como pagarlo (Aldo)

Aparte que todas las tarjetas vienen con su iPhone de regalo entonces también (Constanza)

Vemos en estas citas extraídas desde el focus group que la facilidad de acceso a las tarjetas de crédito se visualiza mayormente desde los mecanismos de seducción que genera el sistema financiero para establecer en los jóvenes un círculo vicioso de deudas, situando a las “captadoras” fuera de las universidades e institutos y últimamente a partir de los convenios entre las universidades y los bancos, en los que a través de las “Tarjetas Universitarias Inteligentes” se entrega automáticamente un cupo crediticio a partir de la entrega de las credenciales por parte de las instituciones

educacionales, incluyendo en esto a los regalos que se entregan a los sujetos por adquirir una tarjeta, siendo un mecanismo que atrae a los potenciales clientes.

Esta situación permite incluir a los jóvenes como actores activos del consumo, condición que los inserta en el sistema financiero y que los sitúa como público objetivo de las campañas publicitarias y de las promociones.

Además de esto se presentan casos en que jóvenes ceden a la tentación y se sobre endeudan, lo que sin tener ingresos fijos les impide solventar esas deudas haciendo que sus padres tengan que hacerse responsables de las mismas.

Por otra parte, existe una visión más generalizada en el sector de personas que no necesariamente son estudiantes, en que se asume que, por su alto valor, los bienes de mayor calidad y de mayor novedad tecnológica solo pueden ser adquiridos a través de una deuda a mediano o largo plazo.

Sin embargo, las empresas que otorgan créditos poseen diferencias al momento de elevar requisitos para esto, lo cual se ve reflejado en lo que se señala:

Cuando estaba en la universidad, todo el mundo casi me regalaban las tarjetas de Ripley, Falabella, todas esas tiendas comerciales, obviamente no saque ninguna, pero ya trabajando es otro mecanismo para poder sacar el tema de la tarjeta, o sea que hay que tener una cierta cantidad de liquidaciones, que las cotizaciones, ya no es tan simple... hay un freno cuando uno ya trabaja (Constanza)

Se visualiza que las condiciones para otorgar crédito son más exigentes cuando el cliente tiene un trabajo establecido, lo cual indica que las instituciones financieras buscan en ellos la certeza y la solvencia de que las deudas adquiridas serán pagadas.

Así se puede transitar hacia el segundo aspecto que surgió al momento de hablar del crédito y la deuda y que tiene que ver con el autocontrol de los sujetos que la adquieren, siendo este aspecto fundamental para poder convivir con las tarjetas y no caer en el descontrol.

Hay que tener un cuidado con el no endeudarse, de no comprar en exceso, porque claro hay una facilidad que te dicen, “ya tiene un cupo de un millón de pesos” y no falta el que va y compra un millón de pesos, que en el televisor, que en el sillón, que en el comedor, pero después uno no lo puede pagar (Rossana)

Queda de manifiesto que debe existir un control por parte del individuo que adquiere una tarjeta de crédito para manejarla y tener la posibilidad de adquirir bienes o servicios sin tener que vivir agobiado frente a la incapacidad de pagarlos posteriormente, afectando esto a su vida cotidiana, agobiándolo y terminando por deteriorar su calidad de vida por tener que orientar su vida al pago de las deudas atrasadas y por la incertidumbre de no tener la certeza de si podrá solventar las posteriores deudas que adquiera.

Mira vale sesenta mil pesos viajar por todo Chile y págalo en no sé, a partir de abril del próximo año, o sea te estas gastando un sueldo que no sabes si va a llegar o no (Enrique)

Este es el ejemplo de la incertidumbre que puede sostenerse a partir de la adquisición de deudas a largo plazo y del poder que puede tener la publicidad dando la oportunidad a las personas de que conozcan Chile y se olviden del pago de ese gasto por mucho tiempo. Las personas que posean la solvencia laboral suficiente estarán aptas para adquirir dicho gasto pero las que no, sufrirán el agobio del tiempo que pasa y la fecha de pago que se acerca.

Cosa que llevamos ocho años pagando y no ha bajado, nada, todavía tenemos la misma deuda (Constanza)

Yo creo que endeudarse, las menos veces tiene que ver con comprar cosas que sean innecesarias, la gente se sobre endeuda porque no tiene como seguir mes a mes (Aldo)

Yo creo que la gente vive con lo justo, y si le falta por ejemplo alguna cosa tiene que endeudarse (...) imagínese que usted gana lo mínimo y usted viaja a las condes a trabajar ya no puede sobre endeudarse pa poder sobrevivir (Aldo)

Existiría una relación directa entre el nivel de ingresos de las personas, la forma en que afronta las deudas y como sería, por ende, su calidad de vida, acá se presenta una manera consciente y pragmática donde la deuda solo aparecería como opción cuando los ingresos mensuales son insuficientes para sobrellevar el día a día, y cuando las necesidades ameriten la adquisición de algún bien o servicio.

Ahora bien, la maximización de la presencia y del poder de la imagen buscando sostener el círculo vicioso del mercado genera la tentación suficiente para que los sujetos consuman bienes o servicios a partir de la opción crediticia y no sean capaces de solventar sus deudas adquiriendo otras.

Esto también se concreta a partir del establecimiento de las tasas de interés que tienen las entidades financieras que les asegura un margen de utilidad lo cual en grandes volúmenes de deudores genera las estratosféricas ganancias que año a año poseen estas instituciones. El hecho de que estas deudas se sostengan en el tiempo es posible a partir de la adquisición de ellas así como también por los créditos directos de grandes montos que requieren su pactación de pago a lo largo de varios años.

Yo creo que endeudarse... las menos veces tiene que ver con comprar cosas que sean innecesarias, la gente se sobre endeuda porque no tiene como seguir mes a mes(Aldo)

Si quiero comprar un Smart tv entre ir y comprarlo y pagarlo en cuotas y estar tres, cuatro, cinco meses juntando la plata, el Smart tv ya se fue, ya perdió la moda (Constanza)

Hoy día yo tengo que tener un televisor pero tiene que ser un plasma (Enrique)

La justificación de las deudas dice relación con dos aspectos, **la necesidad y la moda**, es así que se visualiza que al momento de establecer la relación que señalamos anteriormente, en donde el salario o ingreso mensual que reciban los sujetos no debiera ser menor a las deudas que se adquiriera para no perder calidad de vida la evidencia indica que las personas adquirirían una deuda para poder satisfacer alguna necesidad real que no sea posible de solventar con el ingreso mensual.

Para poder tener esta conciencia la historia personal, la templanza y el equilibrio para, por ejemplo, manejar el dinero y los gastos de una familia, juegan un papel fundamental y permiten a los sujetos no caer en los procesos de descontrol que genera el consumismo.

Ahora bien, ésta pérdida del equilibrio y del control vivida dentro de los parámetros del consumismo es la que genera la justificación de las deudas sustentadas en la moda, donde la publicidad y el marketing juegan un rol fundamental proyectando hacia las masas de personas la imagen de como debiera ser el modelo de habitante de este mundo globalizado y los bienes que no puede dejar de tener donde modas como ser *hípster* o la necesidad de publicar todo lo que se haga en redes sociales, la posesión de los aparatos de última tecnología son ejemplos de lo que se proyecta y de lo que gran parte de las personas considera como un modo de vida a seguir o la meta a alcanzar.

Miren si es simple, de repente hasta te da un status tu vai al supermercado y pagai con tarjeta y es distinto a si pagai con efectivo(Enrique)

Lo que mencionábamos anteriormente dice relación con el afán de las personas de alcanzar un lugar o status en la escala social a través de la adquisición de los bienes materiales que el sistema proyecta como los que toda persona debiera tener, ahora bien, señalamos como la sola posesión de una tarjeta de crédito puede hacer que un sujeto sienta que tiene un mayor poder adquisitivo o tenga que ser mirado de una manera especial.

5.1.2. Sobre la ampliación de la oferta y la infraestructura

Una de las hipótesis que fundamentan el presente trabajo de investigación dice relación con la modificación infraestructural que provoco el terremoto del año 2010 en el centro histórico y comercial de la comuna, lo que hizo que se optara por remodelar gran parte de los locales que resultaron con daños, ampliar y renovar el espacio peatonal además de la demolición de las construcciones que no tuvieran alguna solución alternativa frente a sus daños.

En este período se sostuvieron los negocios tradicionales con mayor tradición del centro comercial de la comuna, a saber, Tienda Colón, Fábrica de Ropa, Calzados Rebeca, Carcur, Riadi, El Caserón de los Henríquez, entre otros que se mantienen hasta el día de hoy y configuran la tradición comercial del centro de Talagante.

Esta situación permitió también aumentar en cantidad los locales comerciales por la edificación de locales en lugares en que se erigían viviendas de construcción clásica que fueron expropiadas y demolidas y también dio lugar a la instalación de comercios que anteriormente no era posible encontrar en la comuna, tales como farmacias naturistas, tiendas de ropa deportiva exclusiva, locales de insumos computacionales y telefónicos, y posteriormente hace un par de años el inicio de la llegada de las grandes tiendas como ABCDIN, Dijon, Fashions Park, Tricot, etc.

El aspecto rural que se conocía Talagante como base, como que fue cambiando, especialmente a partir del terremoto del 85 y las construcciones obviamente las nuevas fueron con una idea de darle un plus un poco más moderno a Talagante (Rossana)

Yo lo veo también como quizás más a corto plazo, 5 años, 4 años, del último terremoto que efectivamente yo creo que se desarmó gran parte de Talagante fácilmente yo creo que un 60% yo creo (Isabel)

La infraestructura nueva fue parte de esfuerzos de familias como también de empresas (Rossana)

Aprovechando no cierto este cambio producto de un accidente natural empiezan a crecer, empieza a desarrollarse el comercio y eso al mismo tiempo crea una necesidad a lo mejor falsa en la gente, y eso provoca la demanda de nuevos negocios (Enrique)

Es posible reconocer el momento en que se comienza a modernizar el centro comercial de Talagante ante los daños que dejó el terremoto de 1985 y posteriormente el impacto que causó el desastre natural de la madrugada del 27 de febrero de 2010, que generó las modificaciones analizadas en el presente trabajo de investigación. Es el paso necesario para poder comenzar a constituirse como ciudad dejando atrás el

pueblo y todos los tópicos rurales que lo constituyen, al mismo tiempo se observa una valoración por el esfuerzo privado de las familias que sustentan los negocios tradicionales de la comuna y las empresas que se sitúan en el centro comercial de Talagante.

Al mismo tiempo es posible exponer una mirada más bien crítica frente al proceso de renovación comercial, donde se cuestiona la veracidad de las necesidades materiales que terminan por instalar a los nuevos rubros comerciales en la comuna. Esto a partir de la importancia que se otorga a la publicidad y a la proyección de ciertas necesidades de productos que terminan siendo desechados por la próxima novedad y que se mantienen solo mientras dure el deseo de adquirirlos y luego el placer de haberlos obtenido además del requerimiento de contar con los mismos servicios que cuentan las ciudades más grandes.

Ahora de que si hemos tenido facilidades ahora a ciertos bienes, si hemos tenido ciertas facilidades pero todavía no estamos a un nivel quizá como de Santiago centro... hay por ejemplo empresas que todavía no tienen internet para Talagante o que no tiene tv cable para Talagante entonces hay cosas que todavía yo creo que faltan(Constanza)

No tenemos mall (...) no hay mall, sin embargo Melipilla por ejemplo tiene mall, tiene universidad, tiene institutos (...) pero hay que pensar que Melipilla es mucho más grande que Talagante y mucho más antiguo (Raúl)

Como hemos mencionado, el centro comercial de la comuna ha ido tomando una nueva cara que ha ido renovando y ampliando la variedad de bienes y servicios que es posible adquirir en él, sin embargo, al momento de cuestionarse sobre la suficiencia de esa oferta siempre surgirán voces que consideren que aún existen carencias por subsanar y que busquen un punto de comparación con Melipilla, ciudad que vivió un proceso similar al de Talagante hace algún tiempo atrás.

Es así que vemos la mirada en que se considera que la comuna ha avanzado en la satisfacción de las necesidades de sus habitantes pero que aún quedan áreas en que hace falta la presencia de ciertas empresas o la ampliación de los accesos a todos los sectores de la comuna, donde, por ejemplo, las empresas que proveen el servicio de televisión satelital por cable y el servicio de Internet cuentan con el desafío de poder

ampliar la satisfacción de las necesidades que cada vez más personas requieren y que el mundo actual proyecta como una necesidad

La presencia de un mall se posiciona más como un requerimiento más bien para igualarse con la mencionada Melipilla que como la expresión de una necesidad real o fuerte, sin olvidar que la presencia de una edificación como esa podría expandir aún más la variedad de la oferta comercial además de concretar la consolidación de la transformación territorial de la comuna

O sea hoy día tenemos gimnasios... cuándo habíamos pensado en un gimnasio (...) antes eran de esos gimnasios súper rurales yo me acuerdo, yo no tengo tantos años tampoco pero eran de esos como en la casa y tenían sus máquinas. Ahora con el tiempo no, también en la plaza de Talagante hay el gimnasio en un segundo piso (Enrique)

La apertura comercial de Talagante es posible de evidenciar en un simple recorrido por su centro cívico, donde hace poco tiempo aparecieron lugares como restaurantes de comida china, establecimientos para comer sushi, pizzerías, lugares en que se vende comida para gente vegetariana, tiendas de ropa deportiva exclusiva, etc.

Situación que se expone en este apartado a partir de la presencia de gimnasios de renombre como Sportlife que se ubica frente a la plaza de armas de la comuna y que a partir del ruido que genera la música con que se realizan los entrenamientos demuestra que ya se han establecido y que son capaces de insertarse en el día a día de la comuna sin la necesidad de quitarle espacio a otros lugares tradicionales del mismo rubro. Al contrario, son cada día más los gimnasios pequeños que aparecen en diferentes sectores de la comuna, lo que nos presenta una mirada de integración y de expansión de un rubro comercial que anteriormente no tenía tanta cabida en Talagante.

Teníamos súper como de la zona, o sea el San Francisco, el Leyán (Constanza)

Yo encuentro como que igual la feria se ha mantenido (...) se ha mantenido algo de lo rural de Talagante en la feria (Aldo)

El carácter rural de la comuna de Talagante estaría siendo puesto en juego a partir de las transformaciones territoriales y culturales que se comienzan a vivir, de ahí que busquemos cuestionar sobre los espacios que van quedando para los establecimientos tradicionales de comercio en la comuna.

Se visualiza el recuerdo del arraigo que producían instituciones típicas como los supermercados Leyán y San Francisco que eran los más grandes proveedores de los insumos básicos de la comuna y que poseían un tamaño relativamente pequeño si se comparan con los actuales supermercados, pero que eran típicos de la zona y que reunían a los consumidores de todos los sectores aledaños al ser la única opción para comprar a partir de una mayor variedad o en grandes cantidades.

Luego, lugares tradicionales como la feria son los que continúan siendo bastión de esa tradición si pensamos que aún existen en sus ubicaciones y en sus días históricos. Además han poseído la capacidad de adaptarse en función de las nuevas necesidades de los talagantinos, abriendo el espectro de la oferta y ampliando su extensión territorial, transformándose así en una opción de paseo o panorama que va más allá de ir a conseguir las frutas y verduras necesarias para una casa diaria o semanalmente. Sumado a la tradicional forma de atención y de tránsito en su interior donde la gente se conoce, se saluda, se recomienda puestos de frutas o verduras, invita a pensar que la Feria sería también la mayor representante de la continuidad de la esencia rural de Talagante, brindando la batalla de manera inteligente frente a las nuevas forma de comercio.

Sin embargo la batalla tiene que ver menos con una contraposición conflictiva que con una coexistencia positiva. Esto a partir de lo que señala Harvey(1990) al aplicar el concepto de *collage* al momento de encarar el desarrollo urbano, donde se hace común "... encontrar estrategias "pluralistas" y orgánicas de espacios y mixturas eminentemente diferenciados, descartando los proyectos grandiosos fundados en la zonificación funcional de diferentes actividades" (p.57)

Esta concepción es útil al momento de analizar la nueva forma de configurar la ciudad así como también lo posmoderno propiamente tal y cuando se observa la manera en que los sujetos se enfrentan a la división de la única realidad moderna en múltiples realidades posmodernas.

Esta multiplicidad de realidades se vivencia por ejemplo en la coexistencia, choque e interpenetración de realidades que a veces son opuestas tal como lo eran lo urbano y lo rural, que extrapoladas a nuestros escenarios de consumo, podrían verse representadas en la feria, el comercio tradicional y las tiendas de retail que son capaces de convivir y situar sus normas, conductas y características en conjunto sin necesidad de obstaculizar la libertad de acción de cada una.

5.1.3. Sobre la suburbanización y la planificación urbana.

Hay ciudades que ven como sus centros comienzan a colapsar a partir de la sobrepoblación de habitantes en que se van viendo sumergidos por distintas razones de atracción y a partir de las autoridades comienzan a ejecutarse medidas en función de resolver esto y generar una planificación de las ciudades acorde con los requerimientos ciudadanos que van variando día a día.

Es así que el poblamiento y la urbanización de las áreas periféricas se utiliza como una medida común, y Talagante podría posicionarse como un ejemplo de recepción de este tipo de medidas, lo cual se cuestionó también en el focus group con distintas apreciaciones que se agrupan en temáticas de sobrepoblación, de gente nueva y sus nuevas costumbres y de planificación vial.

Como ha ido creciendo Talagante han hecho poblaciones y todo ha llegado mucha gente de afuera mucha gente que sacan de Santiago la tiran a las comunas más cercanas y ahí es donde llega gente... bueno llega de todo (Raúl)

Es que se ha sobrepoblado igual Talagante, ha aumentado mucho la cantidad de gente que vive en Talagante, o sea ya no hay... no sé por ejemplo hace poco hicieron una villa y ya está llena, ya están todas las casas compradas (Constanza)

Si algo pasa con el primo, todos corren teniendo auto, teniendo toda la tecnología que se yo, celulares, eso no ha cambiado, para mí, la esencia aun, y ojala nunca se pierda (...) nosotros todavía tenemos la suerte de ver un chinchinero de repente o el verdulero que pasa a la casa, como el casero o el vendedor... el algodonero, el que vende pan... el caballero que pasa por donde vivimos nosotros tiene 40 años vendiendo pan (Rossana)

acá también tenemos el aire puro, que todavía no se contamina tanto como en Santiago (...) por algo la gente se quiere venir a vivir aquí (Isabel)

Alrededor del año 2011 comenzó en Talagante un proceso de construcción de viviendas nuevas en condominios y villas que podríamos situar en torno a una estrategia de atracción tanto de inversionistas inmobiliarios como de personas para que vinieran a vivir a la comuna.

Estas construcciones se sitúan en lugares que antes contaban con un uso agrícola o que no poseían ninguno; en los extremos de la comuna y con una gran extensión, además de contar con precios fijados para ciertos públicos, donde están la Villa Carlos Droguett y la Villa Los Presidentes con un foco en la clase media baja y los jóvenes y por el otro lado los condominios que apuntan a una clase social más alta teniendo precios que superan las 3500 UF y que cuentan con todo el aparataje típico de un condominio, como guardias de seguridad, cierres perimetrales, etc.

Esta situación permitió observar la llegada de habitantes no naturales de la comuna quienes irremediablemente traen su matriz cultural consigo y comienzan a ejercer influencia en la que se posee en Talagante.

Vemos que la consideración indica que la comuna estaría sobrepoblada, lo cual es visible además en el entramado vial que se genera con el aumento del parque automotriz, tanto particular como de transporte de pasajeros, donde proliferan los colectivos que sirven para transportar a la gente desde los extremos de la comuna tanto al centro como a sus hogares.

Sobrepoblación que se entiende también a partir del momento de abrirse la oferta de viviendas para comprar o arrendar, donde estas situaciones se concretan a gran velocidad.

Pensando en el valor agregado que pudiera tener el hecho de trasladarse a vivir a Talagante, se visualiza a la pureza del aire no tan contaminado, la mantención de la unión familiar, además de las experiencias culturales tan únicas que posee una comuna de espíritu rural como los *caseritos* que venden sus productos en la puerta de las casas y con un trato que no se encuentra en otros lugares, transmitiendo estas situaciones de generación en generación y haciendo que los talagantinos se acostumbren y creen lazos de afecto y arraigo con este tipo de tradiciones.

Además de que este tipo de personajes son parte de la construcción identitaria de los talagantinos que han compartido con ellos su vida cotidiana desde siempre y que ven como aún continúan entregándose por sus clientes frecuentes.

Uno se da al tiro cuenta cuando llega de afuera de otras comunas, con otra mentalidad a lo mejor más moderna entre comillas que los hijos pasan más solos, uno dice: “oh, mi familia no es así”. (Rossana)

Si pensamos en que la gente que llega a vivir a la comuna proveniente de otras trae sus propias costumbres y modos de vida, entonces nos podemos percatar de las diferencias que pueden existir entre ellos y los talagantinos nativos de la comuna; situación que ellos mismos también son capaces de visualizar como nos damos cuenta en la opinión extraída del focus group, donde se alude a la facilidad para saber cuándo una persona no es Talagantino de toda la vida.

Las visiones frente a esto pueden fundarse en lo positivo de esto pero lo normal es que se sitúen en la vereda contraria donde generalmente se sospecha de que el aumento en los robos y las formas menos aprehensivas de crianza son las principales situaciones que se viven a partir de este nuevo momento demográfico.

Tenemos una sola vía, no hay más posibilidades (...) tenemos una pura entrada desde digamos, desde el sector de Malloco es una no hay otra (Aldo)

Nosotros cuando nos cambiamos hacia la villa ensueño, nos demorábamos diez, quince minutos, al colegio, al English, hoy día me demoro menos en llegar de Maipú acá, que cruzar Talagante (...) en la mañana como media hora, y son cinco kilómetros, no es nada (Rossana)

Es que aparte Talagante está mal hecho en el sentido de que la vía que lleva a la gente a través de Talagante es la misma vía que pasa por Talagante no más (Aldo)

Muchos se dieron cuenta de esos errores, pero tarde cuando ya no pueden expropiar, no pueden cambiar ya los errores están cometidos (Rossana)

Al momento de generar un proceso de urbanización en áreas que anteriormente prevalecía un carácter rural, es imprescindible contar con una eficaz planificación urbana que consiga relacionar los intereses de los ciudadanos con las estrategias de

desarrollo generadas desde la autoridad comunal, de ahí que sea evidente la discordancia que se presenta actualmente entre el actuar de las instancias planificadoras y la velocidad con que se está desarrollando vialmente Talagante.

De ahí que a partir de las opiniones relativas a la planificación vial de la comuna rescatadas en este apartado, se infiere que los problemas de entramado vial y de congestión vehicular son visibles para los talagantinos y se explican a partir de que el sistema está diseñado con una vía principal de paso y tránsito de todos los vehículos dejando las vías laterales para la locomoción colectiva. Sin embargo esta medida de otorgarle las vías laterales a las micros y colectivos ya no es suficiente para el volumen de máquinas y móviles que las empresas poseen.

Se testimonia además que los tiempos requeridos para cruzar distancias cortas en horas de alto flujo vehicular han aumentado, situación que también es la evidencia de la instalación de una dinámica propia de Santiago que se emplaza en la comuna al ser mucha la gente que se traslada en las mañanas hacia la capital y en las tardes de vuelta.

Esta situación tiene que ver con la visualización práctica del proceso de suburbanización, pensando en que a partir del movimiento poblacional desde el centro a las periferias y la carencia de calificación de los trabajos presentes en las mismas hace necesario que existan vías de conexión aptas para el fluido movimiento entre ambos lugares del área metropolitana

Se percibe que los posibles cursos de acción para subsanar estos problemas van desde la mayor regulación al momento de construir siendo sensatos al momento de establecer las medidas de mitigación y los requerimientos mínimos para la instalación de viviendas que luego generaran atochamientos, así como también la expropiación de ciertos sectores para poder dar cabida a mayores vías de acceso y tránsito vehicular teniendo también en consideración las condiciones en que esto se realice mitigando lo más posible los daños patrimoniales o culturales.

5.1.4. Sobre la esencia del talagantino y su patrimonio cultural

La multiplicidad de aristas que han sido tocadas en este análisis a partir del focus group realizado, irremediablemente repercuten en la vida de los talagantinos, de igual forma que en su matriz cultural/histórica, donde la esencia rural y su larga y rica tradición se ve puesta en juego con la globalización acechando a cualquier resabio moderno que busque oponerse al nuevo momento.

Al momento de cuestionar sobre esto las opiniones y visiones que surgen se reflejan al señalar:

Había una cosa que era en los negocios, digamos en las poblaciones dar fiado (...) uno iba de repente y le decía pucha le pago la próxima semana, hoy día eso es impensado dentro del comercio... antiguamente nos conocíamos todos (Enrique)

Se dejaban las bicicletas ahí (...) sin ningún problema (...) sin el problema de que se la fueran a robar... porque ahora la dejai ahí (...) antes se jugaba mucho en la calle, sin peligro, los papas claro, con la supervisión de ellos, pero había mucho amigo ahí mismo en el lugar en el entorno, ahora ya no juegan los niños (...) porque no se conoce al vecino (Rossana)

Antes era como; salgamos en familia a comprar ropa y el ir a comprar ropa significaba después comerse un heladito que salir a la plaza, que al final era todo un paseo, ahora yo creo como la gente tiene más facilidad de comprar las cosas, va las compra y se devuelve a la casa (Constanza)

La primera arista de este tópico final de análisis tiene que ver con la esencia del Talagantino, donde destacan la capacidad de confiar en sus coterráneos y la vida en familia que se desarrollaba frecuentemente.

En las opiniones rescatadas se visualiza que la confianza era algo primordial entre talagantinos sin temer a sus semejantes ni vivir con la incertidumbre y desconfianza propia de estos tiempos, tanto en lo comercial como en el día a día.

Ahora bien, la generalización de esta sensación negativa ha arribado a la comuna y se comienza a vivir con el individualismo propio de las grandes ciudades donde ya no existe casi la vida propia de los niños en que antiguamente se jugaba con todos los niños del pasaje en que se vivía, generando grandes juegos grupales que forjaban las personalidades y caracteres de cada uno y que se ha visto reemplazada por la vida sedentaria y donde los juegos grupales pasan a ser relevados por los juegos de consola en donde la mayor comunicación con otro se puede llegar a dar a través de un micrófono sin ver quien está del otro lado. Sumado al individualismo que se escenifica cuando vemos que ya no es un panorama ir al centro comercial de la comuna en familia a comprar y se ha ido transformando en un trámite funcional en que se va hacia el lugar, se adquiere lo necesario y se vuelve a la casa. Sin embargo esto ha ido dando paso a que el centro cívico y comercial se postule como un lugar de

encuentro en donde se busquen panoramas en conjunto como ir a tomar un helado o a comer con algún acompañante.

En última instancia, se generaliza la cotidianeidad de que los vecinos son gente que es posible ver cuando salen en la mañana de la casa y cuando llegan de vuelta en las tardes o noches, dejando de lado la vida comunitaria que se veía por ejemplo en fechas de importancia nacional como navidad, fiestas patrias, año nuevo, etc.

Igualmente se ve en la relación comercial al momento de consumir con el ejemplo de dar fiado en los negocios, situación que se fundaba en la relación diaria y en la confianza que se generaba entre los almaceneros y sus vecinos clientes habituales.

Se trata un poco de rescatar cosas que son netamente culturales por ejemplo en la plaza siempre se trata de traer cosas culturales como que bailen cueca (...) las obras de teatro (...) estuvo cerrado y ahora volvió a revivir el teatro porque es lindo estar ahí (Constanza)

Y el cine volvió, porque están dando películas, dedican un día a la semana a las películas (Isabel)

El gran valor por lo cristiano... el cuasimodo (...) el cuasimodo jamás se ha perdido acá, embanderar, no se (Rossana)

Al momento de pensar en las tradiciones socioculturales se genera una gran pasión al intentar destacar el rescate y mantención de las mismas, rescatando recuerdos y exponiendo las que se consideran más importantes.

Ahora bien, el rescate de lo cultural se realiza en la comuna a partir de dos administraciones municipales atrás, con el esfuerzo de traer obras del festival Santiago a Mil durante el mes de Enero donde cientos de personas aprovechan la oportunidad de presenciar una obra de teatro muy cerca de sus casas con actores de renombre. Tradición que permanece en el tiempo, además de verse solventada con la utilización del gimnasio de la comuna para traer obras durante el año. La reciente re apertura del Teatro Plaza que genera un espacio para la proyección de películas, situación que es reconocida y valorada por parte de los talagantinos permanentemente.

Otra tradición que se expone tiene que ver con el envío de tarjetas de navidad a todas las familias conocidas o del sector en que se viva, con buenos deseos y generando así un arraigo barrial con un mecanismo de demostración de afecto. Actividad que se ha ido perdiendo con el cada vez más relevante lugar del consumo en fechas como la navidad y año nuevo proyectado a partir de lo publicitario y de los medios de comunicación.

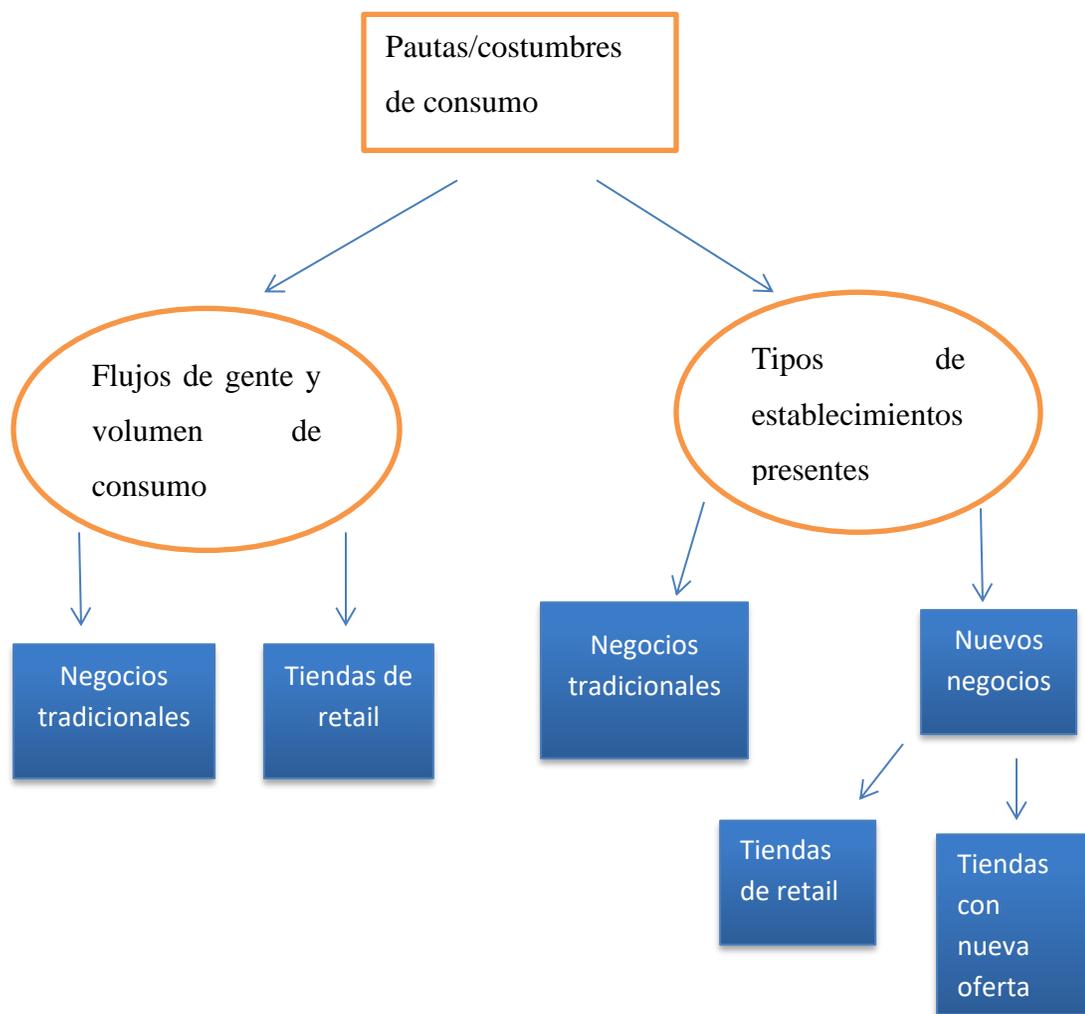
Las tradiciones religiosas son otro tipo de instancias que se reconocen y se exponen al señalar que fiestas como el Cuasimodo aún se mantienen y existe mucha gente, preferentemente adultos mayores, que la esperan y la viven con la misma fe de siempre además de las conmemoraciones religiosas en las iglesias y en algunos colegios de la comuna.

5.2. Resultado de las observaciones no participantes realizadas a través del centro de la comuna

Con la finalidad de vivenciar científicamente el escenario de nuestra investigación es que se propició la utilización de la observación no participante.

Concretamente, se buscó conocer el funcionamiento de los lugares donde se erigen más instituciones comerciales y que se erigirían como las más concurridas del centro comercial de la comuna, además de observar una institución tradicional de la cultura de consumo talagantina como es la feria del centro.

Frente a la pauta de observación que se adjunta en los anexos del presente documento, se crearon indicadores derivados de la principal arista de la investigación que son las pautas o costumbres de consumo, conjunto que se puede explicar de la siguiente manera:



El diagrama expuesto se fundamenta a partir de pensar que en el proceso de observación la forma en que se utiliza el espacio en relación al tipo de negocio que allí se encuentre, ya sea un negocio con años de tradición o por el contrario una recién llegada tienda de retail o una tienda que ofrezca bienes o servicios que antes no fuera común ver en la comuna; sumado a los flujos de gente y los niveles de consumo presentes en el lugar serían las bases de las costumbres de los talagantinos a la hora de consumir y al momento de observar esta situación.

Es así que en primer lugar podemos decir que al momento de analizar los **flujos de gente y el volumen de consumo** es posible observar que la gente se interesa por conocer o consumir en las tiendas de retail influidos por la propaganda que estas generan a través de sus grandes vitrinas y de las vendedoras o captadoras de tarjetas que se encuentran en las afueras de las mismas tiendas. Luego en relación al volumen de consumo, en las instancias de observación solamente el Hipermercado Líder es quien cuenta con un mayor índice de consumo por la variedad de productos y por la cotidianeidad de las compras, en cambio las tiendas como ABCDIN o Dijon cuentan con un flujo de personas y de consumo similar al de una tienda tradicional de la comuna.

Las tiendas tradicionales que principalmente son de ropa, poseen el atractivo de la tradición y el gran surtido. Las más grandes se encuentran generalmente con clientes y cuentan con gran cantidad de vendedores que hacen que la atención sea casi personalizada y además hace más factible la concreción del consumo y casi nulo el simple vitrineo. Las que son más pequeñas muestran a una o dos personas como máximo atendiendo y clientela escasa que concreta las compras o directamente pregunta sobre lo que necesita de la tienda.

Un apartado propio merece la feria libre de la comuna que se instala los días martes, jueves y domingo en el centro de la comuna, la cual “revoluciona” el día en el centro con los atochamientos que se provocan en su entrada/salida y que presenta gran consumo efectivo porque lo que allí se vende es altamente necesario en la vida cotidiana de una casa en talagante.

Además trastorna el flujo de gente que transita y consume en el centro comercial propiamente tal, siendo gran cantidad de gente la que va a la feria y no al centro dejándolo bastante desolado hasta que termina su funcionamiento a eso de las dos o tres de la tarde.

Luego en segundo lugar se hizo hincapié en el **tipo de establecimiento** que es posible encontrar en el centro comercial de la comuna al día de hoy, donde las tiendas tradicionales como la Fabrica de Ropa, Tienda Colón, el sector de las 3 peluquerías, la tienda Carcur, etc. han tenido que comenzar a compartir territorio con las tiendas de retail como ABCDIN, Dijon, Tricot, Fashions Park, etc.

Dicho espacio es hoy además compartido con los nuevos emprendimientos que se generan a partir de la construcción de nuevos espacios comerciales y de nuevos locales para arrendar que han ido dando pie para la llegada de nuevos rubros que antes los talagantinos no podíamos conocer o disfrutar, tales como los locales de sushi, las sucursales de más empresas de televisión por cable e Internet, la venta de ropa deportiva original, restaurantes, pubs, ropa focalizada a públicos específicos como los niños, las mujeres, etc. la venta de comida vegetariana, una oficina de ChileAtiende además de variados ejemplos más de esta apertura comercial.

5.3. Análisis integrado de entrevistas focalizadas y de entrevistas semi estructuradas

A la hora de realizar el análisis de las variantes de entrevistas utilizadas como técnica de recolección de datos se intentó generar un grupo de categorías similares a las construidas al momento de trabajar analíticamente el focus group realizado, para poder generar un contenido discursivo solvente a partir de las experiencias de los talagantinos.

Cabe señalar que las entrevistas focalizadas y las entrevistas semi estructuradas realizadas para este estudio se analizaron inicialmente de manera separada para luego crear un cuerpo discursivo integrado y único que sustentara los objetivos y los supuestos que construyen nuestra investigación. Para ello, dentro de los procedimientos de análisis de contenido, se procedió a consolidar categorías de análisis con el fin encontrar los nexos y patrones que la información nos entrega.

Es por esto que nos situaremos en un escenario que componen las pautas y costumbres de consumo de los talagantinos desglosadas a partir de entender al centro de la comuna como un escenario, la posibilidad de que la oferta de productos en Talagante sea suficiente, el rol del crédito y la deuda en la vida de los consumidores, los cambios infraestructurales que ponen en el tapete la disputa entre lo tradicional y lo nuevo, el lugar que posee la planificación urbana en este feudo, en definitiva las grandes áreas que se desprenden de los discursos obtenidos y que ayudarían a comprender el tránsito de pueblo a ciudad que está realizando la comuna.

En definitiva, el contenido extraído se traducirá en las categorías: a) El centro como escenario, b) lo tradicional v/s lo nuevo y c) costumbres de consumo y rol del endeudamiento.

- a) **El escenario que nos presenta el centro de la comuna de Talagante** es examinado y analizado a partir de cuestionarnos sobre el uso de sus espacios por parte de los talagantinos, pensando en quiénes son los que más lo ocupan, qué es lo que más se realiza en él y sobre el uso que se le da al mismo, ya sea de corte familiar, social, o algún otro. Además de observarlo desde un punto de vista infraestructural y de describir con una mirada más bien crítica, cómo su configuración ha ido transformando el centro comercial de la comuna.

Si yo vengo siempre con mi pareja o con mi abuelita que la acompaño a comprar, o antes venía con mi abuelita y mi tata y veníamos a comprar a la feria todas las provisiones para la semana (Entrevistado 5)

La esencia eminentemente rural de Talagante queda de manifiesto en el extracto citado, la historia del Talagantino cuenta con tradiciones que son observadas a lo lejos con nostalgia por quienes las vivieron, de ahí que se mencione el paseo a la Feria con los abuelos como algo natural de la vida cotidiana.

Es en éste lugar que se mantiene el necesario contacto cercano y cara a cara con aquellos que al igual que la persona que lo manifiesta, concurren a la Feria para proveerse de lo necesario en cuanto a las frutas, verduras y hortalizas necesarias en un hogar con el fin de sustentarlo durante una semana completa, y también con aquellos que venden los productos, relación que se convierte en una característica fundamental de la institución cultural que podría constituir la Feria en la construcción histórico-tradicional de Talagante.

Si puede ser uno puede venir con la familia a comprar distintas cosas, se encuentra de todo acá (...) depende del local uno va a ver más jóvenes, y más mayores, adultos, niños, familia (Entrevistado 4)

En la misma línea es posible observar que se menciona la posibilidad de concurrir al centro de la comuna con toda la familia porque sería posible encontrar todo aquello que se necesita, lo que podría llevarnos a decir que el uso del centro comercial de la comuna es materializado por todos los grupos sociales existentes, entiéndase niños, jóvenes, adultos, adultos mayores, etc. lo cual demuestra que existe la posibilidad para que todos ellos encuentren la satisfacción a sus necesidades en el mismo centro, dando cuenta de que se piensa en todos ellos como público objetivo.

Anda una cantidad de mecheros que tú no te imaginas (Entrevistada 3, Tienda Riadi)

Alarma comunitaria, más una que es Verisur, que es con cámara y con todo (Entrevistada 2, Tienda Carcur)

Si, por eso te digo, o sea la delincuencia, al crecer Talagante ha crecido también (Entrevistada 3, Tienda Riadi)

Una nueva manera de “utilizar” el centro también comienza a tomar protagonismo al momento de emerger el discurso de los talagantinos, y ésta tiene que ver con la delincuencia. Se alude a que el propio desarrollo comercial de la comuna atrae a ladrones tanto de fuera como a algunos de la misma a delinquir.

Para esto, es que las locatarias entrevistadas cuentan con dispositivos de seguridad particular y comunal, como alarmas y cámaras de seguridad en sus locales.

Estos mecanismos particulares de defensa frente al embate delictual son posibles de extrapolar hacia lo comunal, pensando en que la desintegración social y la desconfianza son los primeros procesos en aparecer cuando la delincuencia comienza a visualizarse como un problema concreto, y de esta forma se incita a la aparición de medidas de control y seguridad ciudadana como las cámaras de tele vigilancia en el centro, la instalación del servicio de vigilancia y ayuda Talavecino que, entre otras cosas, funciona como primer acercamiento de colaboración frente a algún ilícito antes de la llegada de las fuerzas policiales, consiguiendo que Talagante se una a la tendencia que es propia de las grandes ciudades y que es expuesta como una normalidad del día a día por parte de los medios de comunicación

Entra a tallar aquí una de las aristas principales al momento de evidenciar el tránsito desde la modernidad a la posmodernidad, que es la pérdida de seguridad que en definitiva surge desde la pérdida de confianza en el otro, colocándolo como una amenaza a nuestra seguridad, así “... el discurso del riesgo empieza donde la confianza en nuestra seguridad termina... el concepto de riesgo delimita, por tanto, un peculiar estado intermedio entre seguridad y destrucción...” (Beck, 2000, p.10)

Esto lleva a los sujetos a intentar buscar refugios, siendo el principal y mas seguro el de su casa, configurando así la necesidad de tener un entorno repleto de gente conocida sin “extraños” que atenten contra su seguridad.

A través de los siguientes extractos es posible observar las dos caras del Talagante actual, principalmente porque vemos como por un lado los habitantes de la comuna utilizan su centro cívico y comercial para salir en familia, sostener tradiciones de compras con familiares en lugares como la Feria, salir con amigos o pareja a disfrutar de las opciones que comienzan a generarse en la comuna en función del esparcimiento de los talagantinos, ya sea comiendo, tomándose algún trago, etc.

Encuentro que el centro se usa como una pasarela así como para exhibirse, encuentro que se ve harta gente que sale... como que el conocerse

tiene que ver más con el consumismo, salir a mostrar tus cosas (Entrevistada 6)

Como que ahora uno sale y son puras modelos de pasarela que van pasando por una calle no es como antes que tal vez te saludabas te conocías, ahora ya no conoces a nadie, ahora solamente ves a la gente pasar y lucirse (Entrevistado 5)

Sin embargo, al mismo tiempo se está tomando las calles de la comuna la tendencia consumista del mundo globalizado actual, de exponer los bienes materiales que se poseen, dando paso a una exhibición de las tendencias de la moda en el mundo traídas a Talagante, situación que podría extrapolarse desde los comportamientos juveniles quienes, como señala Bauman (2007) “exponen con avidez y entusiasmo sus atributos con la esperanza de llamar la atención y quizás ganar algo de reconocimiento y esa aprobación que les permitiría seguir en el juego de la socialización” (p. 17) y que en el área relativa al consumo, los sujetos y potenciales clientes sienten la necesidad de expandir su nivel de gastos y límite crediticio con el fin de obtener el ficticio derecho de una mejor atención que el resto.

Así se genera una nueva forma de conocerse, donde la relación cara a cara tan típica del mundo rural y del cotidiano vivir de las personas de antaño, deviene en la necesidad de conocerse a través de lo que se consume, construyendo la personalidad de cada uno a partir de eso y catalogando al resto a partir de lo mismo, incluyéndolos o excluyéndolos del mundo en que se *debe* vivir y transitar.

Exposición que se realiza en la pasarela que otorga el centro de la comuna y en las redes sociales que son el punto en que convergen los sujetos cuando ya desean conocerse más profundamente, además de ser donde se expone la vida completa y se hace más fácil catalogar a quien se desea conocer.

En última instancia podemos remitir al nuevo uso del espacio público que puede achacársele a los jóvenes que vieran al centro como “pasarela”, los que rompen con el esquema tradicional del centro de la comuna y en definitiva pasando de ser un lugar a un espacio en constante movimiento, manifestando que éste ha de ser comprendido en palabras de De Certeau (2000) como

Un cruzamiento de movildades (...) animado por el conjunto de movimientos que ahí se despliegan. Espacio es el efecto producido por las operaciones que lo orientan, lo circunstandan, lo temporalizan y lo llevan a funcionar como una unidad polivalente de programas conflictuales o de proximidades contractuales. A diferencia del lugar, carece pues de la univocidad y de la estabilidad de un sitio "propio". En suma, el espacio es un lugar practicado (De Certeau, 2000, p. 129)

Al momento de analizar la infraestructura del centro propiamente tal podemos ver como predomino la visión que señala que la comuna aun no deja de ser netamente un pueblo aludiendo a que solo a partir de la vivencia del terremoto del 27 de Febrero de 2010 se concretaron cambios infraestructurales en los locales comerciales y las escasas viviendas que aun existían en el lugar a esa fecha y que por el mismo motivo fueron demolidas y/o transformadas.

Bueno por el terremoto cambio bastante, pero, todavía le falta mucho, mucho, es todavía un pueblo (Entrevistada 1, Fabrica de ropa)

Está muy centralizado entonces uno recorre simplemente una calle, ve los locales que están ahí y no ve nada a su alrededor (Entrevistado 4)

Todo cambio es bueno, la estructura todo eso, nos ayuda a ¿Cómo se dice? A evolucionar mejor, porque ya no somos el pueblito chico o sea ahora somos provincia, y eso nos ayuda a que vengan los de El Monte, los de la Isla a Talagante (Entrevistada 2, Tienda Carcur)

Esto trajo consigo un panorama nuevo para los talagantinos, quienes poco a poco fueron acostumbrándose a la presencia de maquinarias pesadas, a la presencia de grandes constructoras que comenzaban a darle un nuevo rostro infraestructural a la comuna y en definitiva a ver como el pueblo comenzaba a transformarse en lo que generalmente se veía muy distante y a través de los medios de comunicación.

Este proceso fue generando además transformaciones en el aparato productivo de la comuna, en el ámbito laboral y en la relevancia que los tipos de comercio adquirirían, siendo el mejor ejemplo, el rol preponderante que fue tomando el comercio

y sus trabajos de atención y venta al público, donde el empleo juvenil tomó gran fuerza.

Esta mirada pesimista sobre los cambios en la infraestructura del centro de la comuna va de la mano con la idea de que la infraestructura que se instala y la que ya existe aún se visualiza como atomizada en la calle principal de la comuna, la Avenida Bernardo O'Higgins.

En la práctica las tiendas como Fashions Park, Dijon, Tricot, ABCDIN además de los bancos Santander, Scotiabank, Banco de Chile, están todos enclavados en la mencionada avenida principal, y son pocos los establecimientos que se encuentran fuera de este eje, de ahí que se exponga la idea de que el comercio se encuentra de manera atomizada en dicha calle, utilizando de mala forma el espacio disponible invadiendo ese bien escaso que fuera propiedad exclusiva de las tiendas tradicionales.

Sin embargo, la mirada negativa posee un contrapunto a partir de que se menciona por parte de una de las entrevistadas que el crecimiento de Talagante estaría haciendo que los requerimientos de sus habitantes cambien y sean necesarios de satisfacer, además de que Talagante se posiciona como polo de atracción de las áreas rurales más pequeñas que lo rodean siendo así innegable que ya habría dejado atrás la condición de pueblo.

b) El segundo eje analítico tiene que ver con la disputa entre lo tradicional y lo nuevo presente en el centro de Talagante a nivel de establecimientos comerciales y de construcciones de diversos conjuntos habitacionales, de ahí que se quisiera conocer la opinión de los talagantinos respecto a la relación que tienen con sus tiendas tradicionales, la posible adaptación que estos visualicen por parte de las mismas a las tendencias globales de la moda y de los mecanismos de pago por consumir, y de la influencia cultural y urbanística que pudiera tener la nueva configuración demográfica e inmobiliaria de la comuna, recurriendo a la planificación urbana como instancia mediadora y resolutive.

La gente busca la calidad no todos, pero por ejemplo por las grandes tiendas... nosotros mismos trabajamos ropa de colegio trabajamos todo, pero los precios nuestros no pueden competir, porque nosotros... yo tengo un pantalón que te vale diez mil pesos y el supermercado te está ofreciendo en la promoción en la televisión, en la propaganda, lleve zapatos más camisa más pantalón por diez mil pesos entonces no podemos competir con los precios (...) entonces acá nosotros trabajamos la calidad, la gente sabe que por

ejemplo aquí va a encontrar cuero y la atención también que es personalizada... en las grandes tiendas tú tienes que andar buscando, después buscas un vendedor para pagar solamente. En cambio acá la gente es prácticamente la atención es personalizada (...) porque la gente se va agradecida que tú le buscas le acomodas, la gente dice “pucha me voy contenta porque encontré” porque saben que lo que andan buscando ellos lo van a encontrar (...) uno a veces necesita por último que te digan “buenos días” que te saluden (Entrevistada 2, Tienda Carcur)

Si, si, hemos perdido, pero también hemos sido inteligentes en tratar de que lo que no tienen las multitiendas que llegaron, lo tenemos nosotros (Entrevistada 1, Fábrica de ropa)

El extracto principal presentado posee una gran riqueza temática al momento de analizarlo, permitiéndonos comprender que al momento en que los talagantinos escogen como relacionarse tanto con sus negocios tradicionales del centro como con los nuevos establecimientos o tiendas del retail, para ejercer su proceso de consumo privilegian la calidad de los productos al ser gran parte de ellos, de fabricación nacional, o de una realización distinta a las de baja calidad y bajo costo, sumado al valor agregado de la atención personalizada típica de los locales tradicionales de la comuna por encima de las promociones a bajos precios, oferta poco variada y atención distante y solo relacionada con el pago de las tiendas nuevas y de retail.

Esta situación nos evidencia que estos locales con historia encuentran los mecanismos y estrategias de adaptación, tanto de marketing como de surtido en la oferta y de mecanismos de pago masivamente utilizados hoy, frente a la dura contienda que se presenta ante las nuevas tiendas y locales del retail encontrando todo aquello que los consumidores puedan valorar y los haga escoger sus locales siendo alternativas competitivas para este nuevo escenario.

En la práctica esto se traduce en la oferta de productos nacionales, también de mercancía más variada que la presente en las tiendas grandes además de la posibilidad de pagar con tarjetas de crédito y/o débito.

Internándonos en esta decisión de los consumidores talagantinos, podemos señalar que el consumidor de los tiempos que corren y que busca su lugar en Talagante, puede caracterizarse como aquel que en palabras de Bauman (2007) “necesita expandir su nivel de gastos y limite crediticio para ganarse el derecho a un mejor servicio” (p.17), y que en su versión juvenil, se constituye como aquel que “expone con avidez y entusiasmo sus atributos con la esperanza de llamar la atención

y quizá ganar algo de ese reconocimiento y esa aprobación que les permitiría seguir en el juego de la socialización” (p.17)

Otra situación nueva que deviene de la relación entre los consumidores talagantinos y sus tiendas tradicionales, es la que tiene que ver con la capacidad de los sujetos de ser más conscientes de sus derechos y estar más dispuestos a reclamarlos y hacerlos valer.

Yo creo que la televisión los ha ayudado hartito, porque ahora reclaman por todo, o sea el hecho de que le estén hablando del SERNAC en la televisión y lo vean (...) “que me voy al SERNAC” entonces es como la amenaza ellos piensan que uno tiene la obligación de devolver el dinero, y no es así, no es obligación es a criterio de la empresa, nada más, entonces ellos dicen: “no po, si en la tele dicen que devuelven el dinero (Entrevistada 2, Tienda Carcur)

Sin embargo, vemos que este proceso estaría (mal) influenciado por la televisión y el Internet generando inconvenientes entre los dueños de locales y los clientes, siendo esto algo novedoso pero recurrente en el último tiempo dejando de manifiesto el arribo de una costumbre que no era natural de su personalidad e identidad. Para las comerciantes entrevistadas los principales receptores de estas nuevas costumbres son los jóvenes mientras que las personas mayores son quienes mejor entienden las condiciones que puede imponer cada establecimiento comercial por encima de lo que digan los medios.

Claro, pero lo que pasa es que acá, son los hijos que van adquiriendo casa hacia los alrededores, yo misma por ejemplo he vivido toda la vida en Talagante pero yo ya no vivo con mi mamá, entonces yo ya tengo mi casa... es cierto que llega gente de afuera pero yo creo que es mínima, porque generalmente se le da preferencia a la gente que vive en la misma provincia, que son los hijos, la familia que vive acá en Talagante o que llegó a arrendando, y que llevan más años... se les da más preferencia a ellos (Entrevistada 2, Tienda Carcur)

En las parcelas de agrado sí, pero se están yendo a Lonquén a esas partes, Talagante mismo no... Lonquén, Calera de Tango, esas partes (Entrevistada 3, Tienda Riadi)

Al momento de conocer si el poblamiento de áreas que antes no contaban con construcción implica la llegada de habitantes provenientes de otras comunas nos encontramos con que no es tan así, ya que las entrevistadas señalan que en los nuevos conjuntos habitacionales de la comuna mayoritariamente viven jóvenes del mismo Talagante que buscan salir de sus casas de toda la vida comenzando a vivir de forma independiente, situación que se vive cada vez a una edad más tardía que antaño, siendo también parte de las transformaciones posmodernas que comienzan a llegar a Talagante.

A este grupo mayoritario se suma en menor medida la gente que proviene desde fuera de la comuna siendo ubicados geográficamente por las entrevistadas en los territorios situados en las afueras de Talagante, en las conocidas “parcelas de agrado” con lo que se puede otorgar a esto una connotación más de clase social, pensando en que serían personas que eligieron ir a vivir a la comuna a partir de su mayor poder adquisitivo, buscando vivir en un lugar con una calidad de vida aparentemente superior.

De esta forma es que se concreta una de las aristas alusivas al proceso de suburbanización, donde a partir del poblamiento y urbanización de áreas que anteriormente no contaban con aquello, se construye una geografía social diferente. Las áreas residenciales acogen a talagantinos jóvenes, y a familias foráneas que, a partir de la expansión de la oferta inmobiliaria, eligen vivir en la comuna y comienzan a constituir un Talagante más heterogéneo socialmente, sin dejar de lado la relevancia del desarrollo de las funciones de servicio, la generación de un polo de desarrollo urbano, o la mezcla de las tres situaciones, configurando así, en palabras de Dematteis (1998) una ciudad difusa o de crecimiento irregular.

La calidad de vida de una comuna como Talagante va transmutando al tiempo en que se viven las transformaciones que estamos describiendo y analizando, ahora bien, esta cualidad de la comuna puede verse influenciada por una multiplicidad de situaciones que en el extracto citado se distinguen del desarrollo comercial, pero que si se relacionan con la pérdida de protagonismo de los negocios chicos y tradicionales en la vida cotidiana del Talagantino.

Encuentro que la comuna se echa a perder por otras cosas como porque la contaminan mucho, por ejemplo las chancherías cachai, el comercio en general no encuentro como que la eche a perder, como que ayuda a que surja y progrese la comuna en general lo que sí, que ahora último han llegado muchos supermercados y grandes tiendas que le han robado gran protagonismo a los negocios chicos (Entrevistada 6)

Yo creo que sí, que tanto los negocios como la residenciabilidad de Talagante ha ido perdiendo terreno también las áreas verdes todo eso, se ha dejado todo por tener o por ser más Santiago que Talagante... encuentro que no hay muchas obras o mucho interés en mantener lo que es tradicional (Entrevistado 5)

Las grandes tiendas sí, las grandes tiendas perjudican a los negocios chicos (Entrevistada 3, Tienda Riadi)

Ahora bien, ésta pérdida de espacio territorial se sitúa en el centro comercial de la comuna donde los negocios tradicionales han tenido que ir dejando sus espacios a los negocios nuevos, o trasladarse a nuevos emplazamientos que se construyen con el fin de agrupar negocios o abrir nuevos espacios de comercio en el mismo centro, sin salir mucho del perímetro estudiado, pero que van dando paso a un nuevo entramado urbano

Esta nueva configuración que poco a poco se va generando, devela por un lado, una de las lógicas propias del capitalismo en su etapa actual, donde los precios del suelo que más se demanda y que estaría mejor ubicado comercialmente hablando, aumentan su valor y comienzan a hacer inviable el mantenimiento de los locales tradicionales ahí, dando paso a las cadenas y tiendas de retail que si cuentan con los recursos para sustentar dicho nivel de gasto y por el otro lado, otra situación propia de la actualidad, y que tiene que ver con una nueva manera de relación entre el talagantino y el consumo en las tiendas que son del retail y nuevas en la comuna, donde solamente se busca la satisfacción de la necesidad de algún producto y se reduce casi a cero la relación entre sujetos, además de la posible mediación de las tarjetas de crédito y/o débito en dicha interacción.

Por otro lado, en los barrios residenciales, villas o poblaciones, la presencia del negocio chico devenido almacén, sigue siendo alta, siguen conservando la tradicional forma de atención cercana con el vecino y los precios más bajos que en las grandes cadenas de venta como los supermercados. Es posible visualizar al recorrer los nuevos conjuntos habitacionales abiertos, que son infaltables compañeros para el día a día de las personas que allí habitan.

Los procesos que se describen y analizan en la presente investigación, han de poseer un sustento desde una autoridad reguladora y que sea capaz de integrar a los habitantes de la comuna en su comprensión y manejo, siendo así relevante poder conocer y comprender el rol que juega la planificación urbana en este escenario.

Si, mucha gente viene de los alrededores, mucha, mucha gente viene de los alrededores porque Talagante si bien... ya no somos pueblito chico somos provincia y por eso viene la gente de La Isla de Maipo, de El Monte, casi la mayoría tal vez no la de Melipilla... la de El Monte, Isla de Maipo todo eso viene hacia acá (Entrevistada 2, Tienda Carcur)

Tomando desde O'Higgins pasado la línea, en la hora peak que en la mañana es la hora de los escolares hay una pura vía, para descongestionar en parte y a la hora de las seis nuevamente hay... hacen una pura vía (Entrevistada 2, Tienda Carcur)

Talagante deberían abrirlo más, más abierto, el plano regulador no salió, entonces en eso estaba contemplado (Entrevistada 1, Fabrica de ropa)

En la comuna es posible observar que, a un ritmo muy alto, se construyen estructuras que cuentan con locales para arrendar, además de la transformación de los locales comprados o arrendados por las tiendas de retail para instalar sus locales en la comuna. Esta situación deja en evidencia el interés de la autoridad por promover el desarrollo económico - comercial de la comuna, ofreciendo espacios para todos aquellos que quieran iniciar algún emprendimiento comercial, esto tanto en el área estudiada del centro de Talagante como en las calles adyacentes y en áreas un tanto más lejanas, buscando expandir el espacio con que cuente el comercio.

Esta situación incide en la generación de locales que amplían la oferta existente de bienes y/o servicios y comienza a posicionar a Talagante como principal eje comercial o subcentro de la provincia completa.

Ante este nuevo momento, las interrogantes que se plantearon a los entrevistados arrojaron resultados positivos, exponiéndonos que esta situación es tal y como se plantea y que sienten que eso sería beneficioso para el desarrollo integral de la comuna ya que beneficia a los consumidores talagantinos que tienen mayor facilidad de acceso a la satisfacción de sus necesidades como a la gente de los pueblos

cercanos que ven en Talagante una opción que antes no tenían y que sólo les presentaba a Santiago como alternativa válida.

Las respuestas aluden a lo positivo de esto pero también señalan la necesidad de integrar aún más variedad de oferta.

La comuna de Talagante estaría poco a poco posicionándose como un subcentro, lo cual implica generar un polo de desarrollo urbano distinto al que implica el área metropolitana central que en nuestro caso tiene que ver con Santiago. Entonces, la satisfacción de las demandas de los habitantes de la comuna y el proceso de transformaciones que hacen posible el tránsito desde un pueblo a una ciudad por parte de Talagante hacen que se genere un subcentro que igualaría al existente en Melipilla.

Comuna en donde la presencia de un mall, de servicios de entretención, de salud de calidad, y de diversos servicios que se presentan hace más de una década en su área central la hicieron posicionarse como el camino a seguir para las comunas cercanas, siendo Talagante el alumno que mejor tomó nota y que camina rápidamente a igualar y superar estos estándares propuestos.

En las respuestas expuestas en torno a la temática de la planificación urbana destacamos además la problemática que se comienza a generar a partir de la denominada democratización del acceso al automóvil, que en la práctica nos enfrenta a la masiva presencia de vehículos, que en Talagante tiene que ver con los autos particulares y los que se utilizan como parte de la locomoción colectiva.

Esta masiva presencia sumada a la escasez de vías de una comuna no preparada para este crecimiento, nos comienza a enfrentar (hablando desde mi condición de Talagantino) a la problemática de la congestión vehicular, propia de las grandes ciudades pero que en Talagante ya está encontrando un lugar importante en la vida cotidiana de sus habitantes, al ver que solicitan la presencia de más vías de tránsito y al mismo tiempo entienden que a través de la construcción de un plano regulador en conjunto con la autoridad podría ser un buen camino para realizar esto de la manera más óptima posible.

La posibilidad de soluciones frente a esto van desde la generación de nuevas vías que amplien la red ya existente, con todos los procesos administrativos y sociales que eso implique, la generación de la normativa necesaria para que cada construcción que se instale genere las condiciones viales mínimas necesarias para contemplar una integración sustentable a la vida de Talagante, y en última instancia las medidas prácticas que solucionen en el corto plazo los atochamientos. Es así como hace cerca de un año atrás, se estableció la normativa en que se da cuenta de la utilización de la Avenida Bernardo O'higgins como vía única desde y hacia Santiago, en los horarios

peak tanto de la mañana como de la tarde. Es así que la planificación vial es puesta en tela de juicio a partir de la mención de la ausencia de un plano regulador que establezca las normas mínimas para la construcción de nuevas obras tanto estructurales como viales, y posibilite el conocimiento de los usos de suelo posibles y las alternativas con que se contaría para poder ampliar la red vial de la comuna.

La generación de problemáticas impropias de la comuna de Talagante nos invita a postular que son las principales evidencias de que la disputa entre lo nuevo y lo tradicional conduce a la comuna directamente a su transformación desde un pueblo a una ciudad donde las características rurales de Talagante pierden fuertemente espacio frente a las propias de las ciudades grandes, sin desaparecer del todo, pero siendo las principales afectadas a partir del momento globalizador actual.

c) El tercer tópico de análisis tiene que ver con las costumbres de consumo y el rol del endeudamiento en la vida de los talagantinos, temáticas que se pueden señalar como ejes de la presente investigación, ya que en este apartado conseguiremos describir y analizar las posibles modificaciones y así establecer los nexos entre el contenido obtenido desde los habitantes de la comuna y los objetivos establecidos en la investigación.

Los sujetos que habitan una comuna generalmente intentarán satisfacer sus necesidades, en primera instancia, a partir de lo que les presente como oferta la misma comuna. Ahora bien, los consumidores procurarán que sus gastos no superen la capacidad de pago que tienen y no correr el riesgo de ver deteriorada su calidad de vida a través de trabajar excesivamente con el único fin de solventar las deudas adquiridas.

De ahí que se haya cuestionado a los sujetos partícipes de las entrevistas, acerca de la suficiencia de la oferta de productos, bienes y servicios en la comuna, sobre la presencia, uso y necesidad de las tarjetas de crédito en sus vidas, además de intentar conocer su parecer frente a las justificaciones que pueden tener las personas que más se endeudan y finalmente sobre la relación que pueda tener las deudas el trabajo y la calidad de vida.

No pos esa es la otra cuestión que los negocios chicos nunca tienen lo que tu estai buscando, por ejemplo tú te vai a la segura si vai a un supermercado y si no encontraí lo que estai buscando vai a encontrar un reemplazo en cambio

en un almacén tu nunca podi decir “no si estoy 100% segura que en este almacén voy a tener pan de completo si no que te arriesgai a tener que estar caminando diez cuadras buscando almacén por almacén lo que tu queri si es algo específico (Entrevistada 6)

Yo encuentro que está lo necesario para vivir y los servicios para salir de las urgencias por ejemplo el hospital no tiene muchas cosas pero tiene lo necesario para no morirse entonces encuentro que uno puede vivir acá tranquilamente como la gente de pueblo solía vivir antes, no soy muy de la idea de tener todos los servicios a manos porque eso introduce cosas que no son necesarias para el 90% de la gente (Entrevistado 5)

Por ejemplo más tiendas de ropa, eh, un cine por ejemplo que es como una forma de reunirse o locales de comida más conocidos, y ese tipo de situaciones (Entrevistado 4)

Encuentro que por ejemplo se necesitan establecimientos educacionales de mejor calidad, por ejemplo casi siempre toda la gente de Talagante va a estudiar afuera o también, no hay tanta oferta de trabajo también van todos a trabajar a Santiago, oferta de salud, también muchos van al doctor a Santiago, porque allá hay más especialistas (Entrevistada 6)

Cerramos a las 1:30 siempre, volvemos a las 4 (Entrevistada 1, Fabrica de ropa)

Al momento de hablar de la suficiencia de la oferta vemos como se erige una postura tradicionalista que señala que en la comuna existe lo suficiente para vivir como se hacía antes sin grandes lujos ni servicios tan especializados que tengan como objetivo sólo a un pequeño grupo de consumidores, y al mismo tiempo la visión que señala la necesidad de ir a Estación Central, y a los malls a satisfacer las carencias materiales que presenta la comuna. Señalando la ausencia de tiendas de ropa y de locales de comida rápida de renombre como Mc Donalds, Juan Maestro, Burger King, pizzerías como Pizza Hut, etc. sumado a la ausencia de servicios de entretención como el cine, como una necesidad que creemos alejaría al talagantino de la concepción de ciudadano del mundo actual que se ve proyectada a partir de los medios de comunicación y que los haría sentirse más integrados.

La carencia de los servicios mencionados o la escasa oferta de los mismos, hace que emerja una mirada común entre la gente de las áreas rurales, que incita a creer

que los servicios y los bienes de mayor calidad se encuentran fuera de la comuna. Es así como no es extraño ver que existe un número importante de personas que ejecuta sus estudios primarios y secundarios fuera de la comuna teniendo un buen número de posibilidades de colegios y liceos en la comuna, sumado a que en educación superior no se presenta ninguna opción más que salir de los límites de Talagante para poder recibirla.

Al mismo tiempo, existe una disconformidad que se expande y que tiene que ver con la exigua oferta laboral al menos para personal calificado ya que la expansión comercial ha traído la apertura de nuevos puestos de trabajo comercial, como vendedores, cajeros, etc. pero sigue sin satisfacer a la población más adulta y con calificación que debe salir igualmente de la comuna,

Esta situación ve su reflejo en las cifras del censo de 2002 y que son recogidas en el plan de desarrollo comunal del año 2006 donde se manifiesta que son 11.915 las personas que salen de la comuna para trabajar teniendo como destino mayoritario la comuna de Santiago, luego Peñaflor y en tercera instancia Maipú, instalando la interrogante que se develara con el correr del tiempo, sobre si Talagante se convertirá en una comuna dormitorio, o si se orientará a la satisfacción de todas las necesidades que imperan en el mundo actual y se sume a la lógica de las grandes ciudades.

La última de las citas expuestas nos muestra uno de los aspectos fundamentalmente tradicionales que aún se mantienen en el día a día del centro comercial de la comuna y tiene que ver con el cierre de los locales tradicionales para poder ir a almorzar y volver luego a completar la jornada laboral.

Todo aquel que habite la comuna debiera saber que esta situación se presenta diariamente pero también que cada vez son menos los locales que lo realizan, signo también de los nuevos tiempos en que la competencia por clientela hace inviable tomarse tanto tiempo de colación.

Generalmente esta condición se presenta entre las 2 y las 4 de la tarde, donde al pasear por el centro y sus calles adyacentes se puede observar que los locales más antiguos están cerrados, mientras los más nuevos y los de retail mantienen su funcionamiento normal lo que de cierta forma igualmente altera el normal comportamiento del centro comercial y de sus visitantes que poco a poco comienzan a adaptarse a la idea de que no encontrarán cerrado por completo los locales del centro si van entre las 2 y las 4 de la tarde.

Esta situación nueva pone a Talagante a la par de las ciudades grandes, “normalizando” su funcionamiento comercial y disminuyendo la cantidad de locales que intentan mantener la tradición de tomarse el tiempo para almorzar.

Sobre la posesión de tarjetas de crédito podemos afirmar que existe una apertura a la posibilidad de acceder a ellas que en Talagante ha encontrado su lugar a partir de las tiendas que han llegado y de las instituciones financieras y comerciales que entregan sus propias tarjetas, como Líder, con sus tarjetas Presto y actualmente Master Card, Tottus y su alianza con Falabella, las cadenas de farmacias, Cruz Verde y Salcobrand, además de Dijon, Tricot, Fashions Park y ABCDIN que antiguamente era la única tienda que existía en la comuna con una tarjeta propia. Gracias a esta facilidad es que vemos como el mecanismo de pago con tarjetas de crédito o débito es cada día más masivo y muy visto al momento de pagar. Por ejemplo, en las filas de los supermercados y cada vez más posible de visualizar en establecimientos en los que anteriormente hubiera sido impensado, como las tiendas de ropa, de artículos escolares más clásicas de la comuna.

No me gustan, me cargan, es como tener un diablo hablándote invitándote a hacer un pacto constantemente (Entrevistada 6)

Es más fácil el acceso a obtenerlas (...) yo creo que debieran ir eliminando las tarjetas, porque cada día estamos endeudados (...) debiera ser más restrictivo, claro, de todas maneras, porque hay gente imagínate que si tiene todas las tarjetas, ocupa todas las tarjetas (Entrevistada 2, Tienda Carcur)

Yo las uso principalmente para comprar por internet cosas que no hay en Chile, en Chile ocupo más tarjeta de débito, pero ahí gasto solamente la plata que tengo eso es lo bueno de las tarjetas de débito, con las tarjetas de crédito uno gasta lo que no tiene (Entrevistado 5)

Además de ver que los mecanismos para obtener una tarjeta son más fáciles para aquellos sujetos que debieran contar con mecanismos de fiscalización más fuertes sobre sus capacidades de pago como son los jóvenes universitarios y aquellos que comienzan recién su camino por el mundo laboral, siendo medianamente contradictorio que aquellos que cuentan con trabajo estable tengan mayor cantidad de trabas para obtenerlas.

Una explicación para esto tiene que ver con lo que señala Moulian (1998) cuando expone que existen mecanismos de clasificación y control que genera el sistema financiero para asegurarse el cumplimiento de los pagos y de la mantención de sus contratos crediticios transformando al consumidor que alcanza el gozo de la obtención de sus requerimientos en un cliente austero y responsable que permanece en la cadena adquisitiva.

Al mismo tiempo emerge una de las contradicciones del sistema neoliberal que tiene que ver con su incitación al consumo pero además ofrece trabajos precarios, así debe mantenerse la presencia de los sujetos en la estructura del consumismo controlándolos y clasificándolos pero también debe existir precaución con la vulnerabilidad de los trabajos, en definitiva

Se genera una tensión entre las necesidades de funcionamiento del mercado crediticio y las de los mercados laborales. El primero requiere de la estabilidad de los pagos, el segundo necesita flexibilidad respecto de la ocupación de la fuerza de trabajo. Esta contradicción es profunda, puesto que la velocidad de realización de las mercancías es una condición de la competitividad y la posibilidad de sobreoferta un peligro en un orden globalizado, con libre circulación de mercancías y enormes capacidades productivas (Moulian, 1998, p.43)

La excepción de nuestros casos señaló y posicionó una, cada día más, tendencia actual de comprar a través de Internet y en el extranjero con sus tarjetas de crédito, intentando conseguir los productos que no se encuentran en Chile y evitando así las tasas de interés que poseen las instituciones financieras en nuestro país, adhiriendo los cargos por traslado y los riesgos inherentes ante una compra a través de la virtualidad que entrega la red y dando una clara muestra de lo que nos permite la globalización. El mismo entrevistado alude que en el país solo utiliza las tarjetas de débito, las que poseen dinero real y no ficticio generado a partir del crédito, lo que nos pone frente a una responsable conducta de uso de tarjetas y de distribución de gastos.

Vemos como el capital es posible de organizar y utilizar desde un lugar y desde ahí hacia todo el resto del planeta en que vivimos.

Merece un párrafo también, el *status* que algunos consumidores pueden sentir a partir de la posesión y uso de tarjetas de crédito y débito, de ahí que se señale que:

Algunos sacan las tarjetas así, todas, yo creo que ellos se sienten con más status, no es que tenga más status, ellos se sienten con más status (Entrevistada 1, Fabrica de ropa)

Yo creo que no, si ahora todo el mundo tiene acceso a una tarjeta de crédito... depende de la tarjeta eso da más status, porque si es una Santander platinum gold member, claro que te va a dar más status (Entrevistada 1, Fabrica de ropa)

El análisis frente a esto, nos muestra que la masificación y facilidad de acceder a una de ellas dificulta la adquisición de un mayor status por parte de los consumidores, y genera una diferenciación aún más exhaustiva a partir del tipo de tarjeta que se posea desde la clasificación que generen las mismas instituciones a sus clientes, así el mercado apunta a la maximización de sus utilidades y a la homogeneización de los sujetos quienes han de formar parte del sistema tarde o temprano.

Sin embargo aún quedan personas que exponen todas sus tarjetas al momento de consumir intentando proyectar algún nivel de status superior frente a quienes reciben su pago o frente a los demás consumidores.

En Talagante son cada vez las instituciones financieras que cuentan con alguna sucursal y cada vez los establecimientos comerciales que otorgan tarjeta de crédito haciendo que este sistema sea el más visto al momento de pagar, por ejemplo, en las filas de los supermercados y cada vez más posible de visualizar en establecimientos en los que anteriormente hubiera sido impensado.

Yo creo que por moda, las necesidades reales son bastante pocas pero el consumismo nos hace ir comprando cosas que en realidad no necesitamos y día a día vamos consumiendo cada vez más (Entrevistada 6)

Si yo encuentro que es como una moda pero también es como algo necesario no lo veo que lo haga uno por lujo, la sociedad lo obliga es muy difícil no ser discriminado por ser pobre o por no tener televisor con pantalla plana o Smart tv (Entrevistado 5)

La gente antes de comprar tendría que preguntarse: ¿Lo necesito? Le aseguro que no lo necesitan, pero bueno a nosotros nos conviene (Entrevistada 1, Fabrica de ropa)

Las deudas se contraerían principalmente a partir de la comodidad que presenta la posesión de una tarjeta de crédito frente a una oportunidad que difícilmente se podría concretar a través del dinero en efectivo y por la tendencia a sumarse a las modas globales para poder sentirse integrado en el mundo actual donde aquellos que no forman parte de las tendencias son rápidamente excluidos y a la vez catalogados para ser parte de los márgenes de su normatividad.

Ahora bien estas oportunidades se generan y se presentan como necesarios a partir de la exposición publicitaria que incita a que un tipo de vida sea visto como ideal, haciendo entrar en la discusión a la veracidad de las necesidades, pensando en que dos productos iguales pueden cumplir con la misma función, pero la novedad de uno por sobre otro, la pertenencia a una marca que posee mejor posicionamiento publicitario que la otra, hace que la gente elija a uno por sobre otro, buscando concretar el placer de la posesión más que la solución de una necesidad o en palabras de Moulian (1998)

La necesidad ya no es aquella cualidad fija, estable y casi rígida que servía como parámetro moral del consumo. Un automóvil del año 94 cumple básicamente las mismas funciones que uno del 98, aunque no proporcione los mismos placeres. ¿Qué sentido tiene entonces cambiarlo? Es el signo de una economía del despilfarro, de una economía cuyo objetivo es la producción de consumidores hedonistas (p.33)

Entra en juego la dinámica del desgaste y la innovación que mantiene activo al mercado, donde son cada vez menos los negocios que ofrecen una mejor relación entre calidad y duración de lo que ofrecen a los consumidores y toma un rol protagónico lo nuevo, entendiendo que a la base de esto se encuentra la *obsolescencia programada* que al verse materializada en la falla y deterioro de los productos, incita a los sujetos a adquirir una nueva y “mejor” versión del mismo bien o servicio.

Es así como se construyen las modas que predominan en todos los ámbitos posibles del consumo, trayendo consigo irremediamente la postura de incluir socialmente al que las sigue y excluir al que se atreve a luchar contra ellas generando incluso la sensación que se generan los sujetos a sí mismos de pertenecer o no a algún grupo social al tener o no los productos que debieran poseerse.

Los más pobres, sentimos que necesitamos más cosas de las que realmente necesitamos (Entrevistado 4)

Las personas que están disconformes con su vida que están insatisfechas y que necesitan rellenar vacíos con cosas materiales (Entrevistada 6)

Yo encuentro que todos, pero yo encuentro que los pobres se endeudan más obviamente pero más que los pobres en sí, yo encuentro que los jóvenes, porque los jóvenes no tienen la suficiente madurez para comprender que los

hechos tienen sus consecuencias y tal vez cuando están en la universidad ven que todo es solucionable en la vida y no es así (Entrevistado 5)

Finalmente inquirimos responder ante quienes serían los sujetos más susceptibles de caer en la tentación de la deuda, las respuestas apuntaron principalmente a la gente pobre y en segunda instancia a los jóvenes.

Los pobres serían el público objetivo de la publicidad ya que al visualizarse fuera del mundo globalizado e “hipertecnológico”, ven en la tentación de la tarjeta de crédito la única chance para poder acceder a aquellos bienes materiales que los harían ser parte del mundo.

Además de esto, entra a jugar la posesión o no de capital cultural, al momento de enfrentarse a la mediatización de las relaciones, al intentar comprender el funcionamiento del mercado, etc.

Ahora bien, este capital cultural ha de ser entendido a partir de 3 estados, a saber,

Interiorizado o incorporado, en forma de disposiciones duraderas del organismo, en estado objetivado, en forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos o maquinas, que son resultado y muestra de disputas intelectuales, de teorías y de sus críticas; y finalmente, en estado institucionalizado, una forma de objetivación que debe considerarse aparte porque, como veremos en el caso de los títulos académicos, confiere propiedades enteramente originales al capital cultural que debe garantizar. (Bourdieu, 2001, p. 131)

Posteriormente, llama la atención la pertenencia que se indica con el segmento de gente pobre, ya que en el mundo actual la clase media y sus innumerables ramificaciones llenan todo el espectro de estratificación social y hacen que gran parte de las personas se identifique con alguna de sus ramificaciones, de ahí que el reconocerse pobre llame la atención.

El segundo grupo apuntado con el dedo es el de los jóvenes quienes en general no conocerían las dificultades del mundo laboral a partir del cual han de solventar sus deudas teniendo un comportamiento poco responsable e inmaduro siendo también un público objetivo de la publicidad y el marketing, atrayendo con promociones y con la facilidad de ser parte de las redes sociales globales con aparatos tecnológicos de última generación por señalar un ejemplo.

No, la deuda a través del crédito mejorar la calidad de vida, bueno pa la gente que no tiene más recursos, claro mejora la calidad de vida pero no es lo mejor; es mejor juntar la plata y cuando uno tenga la plata comprar (Entrevistada 1, Fabrica de ropa)

Es más cómodo, más directo, más sencillo, es por más comodidad (...) es el camino más usado, muy usado (Entrevistado 4)

Finalmente nos adentramos en la relación que se puede aducir entre la calidad de vida y las deudas, donde puede existir una presencia relevante del trabajo pensando en que es el mecanismo que a veces se sitúa como el único posible para poder solventar las deudas adquiridas.

En los extractos que podemos observar, vemos que las opiniones sitúan a las deudas como el mecanismo más usado por los sujetos para mejorar su calidad de vida, más allá de la postura que señala al ahorro de dinero en efectivo como un mecanismo más plausible para no adquirir deudas que no se puedan pagar posteriormente, siendo la comodidad y la facilidad de comprar con crédito las mayores explicaciones de esta tendencia.

Ahora bien, al intentar construir la relación mencionada entre estos conceptos con el acto del trabajo, hemos de recurrir a lo que señala Moulian (1998) al señalar, de una manera extremista quizá, que el consumo puede devenir en esclavitud cuando "... el afán compulsivo de consumir se convierte no en un deseo sino en EL deseo, sustituto del eros. Habría ahí una idolatría, de un tipo de práctica que aleja al individuo del centro de la existencia, estaríamos hablando de una situación donde el privilegio otorgado a los objetos o placeres del consumo interfiere en las relaciones con los otros."(p.69)

Así, cuando el dinero y su obtención para conseguir la satisfacción de los deseos, se posiciona como el eje de la vida es que vemos un completo deterioro de la calidad de vida de los sujetos que terminan sumergidos en la angustia y en el imperioso afán de solventar esas deudas teniendo, al mismo tiempo, que evitar caer en la tentación de adquirir nuevas y perder aún más el control.

El mismo autor añade al posicionamiento del dinero como centro de la vida una función despolitizadora, esto es, que los sujetos comienzan a alejarse de lo público ensimismándose en lo privado del placer que produce satisfacer un deseo de consumo. De ahí que sea necesario para cada individuo unir al consumo con el

trabajo, como ya lo dijimos, haciendo necesario que “... la pasión hedonística del gasto debe pagarse con la pasión ascética del trabajo” (p.70)

Talagante vive su adaptación a un ritmo alto, donde la capacidad de los comerciantes tradicionales de poder concretar dicho proceso y continuar la historia que los ha llevado al sitio que poseen será fundamental para poder permitir la convivencia entre lo nuevo y lo antiguo, además por parte de los ciudadanos es necesaria la concreción de sus necesidades y carencias generando una expansión razonable de los espacios utilizados para ello pero concretando una mancomunidad entre los deseos de la autoridad y los vecinos que lleven una vida en Talagante o de aquellos que vengan a disfrutarla próximamente.

VI. CONCLUSIONES:

El espíritu investigador de cada cientista social camina a su lado por cada lugar en que éste transite, observando de mejor manera cada situación que se presente delante de sí, entregando la voluntad y la capacidad para poder concretar un interés que surja en algún momento inesperado.

Así es como se encontró este tema en mi camino, una tarea simple podrá pensarse, más si se vive hace casi 23 años en la comuna, pero contrario a eso no fue fácil lograr una radiografía medianamente completa y apta de lo que son (somos) los talagantinos a partir del nuevo momento que vive el mundo hoy y que de alguna forma u otra comienza a ser parte de nuestra vida cotidiana.

De ahí que al caminar por los rincones de la comuna se comenzaban a visualizar muestras de ser algo cada vez más diferente.

Aquel espíritu que nos acompaña inicio los cuestionamientos frente a las posibles explicaciones de las situaciones que comenzaba a ver, de las conductas que empezaban a presenciarse y de los problemas que llegaban para quedarse en las calles de la comuna.

La presente investigación no fue más que el acto de volcar esas interrogantes en torno a la comuna de Talagante y el intento de encontrar respuestas en sus mismos habitantes.

Para esto se planteó el objetivo general de lograr *describir cómo se articulan las pautas y costumbres de consumo de los habitantes de la comuna de Talagante al concretarse la instalación de grandes tiendas que amplían y diversifican la oferta de bienes y servicios en la comuna* esto a través de la consecución de un focus group, entrevistas focalizadas y semi estructuradas además de observaciones no participante

El trabajo de describir cómo es que un pueblo toma el camino de transformarse en una ciudad requiere de interiorizarse en el proceso en que el mundo rural y el mundo urbano entran en contacto, colisionan fuertemente y se amoldan a la existencia del otro, teniendo siempre en consideración la velocidad con que se están presentando estos procesos en diversas áreas de nuestra sociedad.

Abordar este instante de encuentro e hibridación a partir del consumo pareció lo más atingente por ser este proceso el motor en que se sustenta el desarrollo actual del sistema económico que predomina en el mundo entero y que no deja escapar a Chile y por ende a Talagante de sus invisibles manos.

Intentar articular el conjunto de pautas y costumbres de los talagantinos al momento de consumir implicó poder entender sus preferencias en cuanto a lugares, a productos o áreas a lo largo de su vida cotidiana, considerando todas las aristas socioculturales de la convivencia entre los establecimientos tradicionales que han sustentado por décadas al centro comercial de la comuna y las tiendas de retail y de servicios nuevos que comienzan a echar raíces en Talagante, sumado a los efectos que este tránsito tiene en la cotidianeidad de sus habitantes.

En primer lugar, en relación al área de planificación urbana que ha de acoger bajo su manto este proceso de transformaciones que vive Talagante, es posible señalar que se hace imprescindible realizar una mejor ejecución de la normativa existente en torno a las edificaciones, la necesidad de mitigar los posibles impactos de construir y urbanizar en lugares en donde nunca antes se realizó para poder afectar lo menos posible de manera negativa el normal funcionamiento del lugar en que se enclavan estas construcciones.

Un buen ejemplo de esto tiene que ver con lo que se vivió en el sector del Hospital de Talagante donde se construyeron varias etapas de la Villa Carlos Droguett, dando vida a un sector de varios kilómetros cuadrados que anteriormente se exhibía como un gran potrero donde solo en algunos sectores se usaba su suelo para plantaciones de verduras.

Los procesos de planificación también juegan un rol relevante al observar como poco a poco se ha transformado Talagante en un polo de desarrollo emergente a nivel regional, o lo que se puede denominar como la constitución de un subcentro, esto por su posición de atracción comercial y de vivienda ejercida a todas las localidades que lo rodean, siendo visto como un lugar de gran variedad comercial, y como un ejemplo a seguir en cuanto a la gestión institucional y al modelo de desarrollo que se está ejecutando.

Ahora bien, al momento de recoger voces en torno a las transformaciones demográficas que vive Talagante, resaltan las voces alarmistas y negativas frente a la llegada de gente foránea, resaltando que han subido los índices de delincuencia, que las personas llegadas desde otras localidades poseen costumbres que los hacen fácilmente diferenciables de un talagantino de toda la vida, lo que indica que en esta área los procesos de adaptación van a un ritmo quizá más lento y que la mirada de los talagantinos de sus propios coterráneos se funda en cuestiones más bien negativas que dejan de lado los aportes que pueden estar realizando.

A esta forma de mirar es posible sumarle la posible injerencia que poseen en el caos vial los habitantes que llegan a la comuna desde fuera trayendo consigo sus vehículos sin necesariamente ser los únicos responsables de esto ya que es una

realidad la sobreoferta que existe de colectivos y micros que transitan al interior de la comuna y de la provincia en general, donde la carencia de regulación y la buena acogida que tuvieron en su momento estos servicios, hicieron que proliferaran masivamente, lo que hoy contribuye en buena medida a los grandes atochamientos que se generan cerca de paraderos y en los semáforos.

Aquí la planificación urbana se ve puesta en juego al momento de requerir soluciones para los atochamientos, y para la mejor distribución de los espacios para la locomoción colectiva, y el principal requerimiento que se proyecta es el de más espacio vial para los automóviles a lo cual se podría sumar construcción de espacios para bicicletas y fomento a la caminata como ya se hace en varias ciudades del país y del mundo, eliminando así el exceso de autos en ciertos lugares y tramos horarios, todo a través de la concreción de políticas públicas que vayan en ese sentido y se construyan a una mayor velocidad que la actual para poder estar a tono con los requerimientos instantáneos del mundo actual.

Los procesos de planificación, tanto social como urbana o vial, han de tener como objetivo el desarrollo de la comuna; sin embargo ese desarrollo no podría concretarse sin la generación de los espacios pertinentes para que los vecinos mismos sean partícipes, tanto informándose previamente de sus derechos como también al momento de poder exponer sus voces y construir en conjunto con los generadores de proyectos inmobiliarios o comerciales, el Talagante en el que quieran vivir, otorgándole el lado humano y ciudadano a cada proyecto que se quiera erigir en la comuna.

Otra de las aristas a tocar al momento de generar conclusiones con respecto a la investigación realizada, tiene que ver con el protagonista de los procesos que se postulan y que se confirmaron a lo largo de la investigación.

Los habitantes de cada territorio que pueda estar siendo cooptado desde la globalización, y en nuestro caso el talagantino, comienzan poco a poco a verse imbuido en los procesos propios de la globalización y la etapa actual del capitalismo, de ahí que se vea que los talagantinos en general se encuentran más satisfechos al momento de intentar conseguir algún producto o servicio de los que el día de hoy les presenta como altamente necesarios, esto es, planes de Internet, de televisión por cable, de telefonía celular, restaurantes de comida extranjera, tiendas de retail, supermercados cada vez más variados, etc.

Sin embargo la posibilidad que tienen cada vez más talagantinos de salir a la capital y de estar conectados globalmente con el mundo también genera la sensación permanente de que siguen haciendo falta establecimientos, servicios, o más lugares para adquirir los bienes que requieran, esto dice relación con la presencia de un mall,

de tiendas deportivas o de ropa que se encuentran sólo en Santiago, de oficinas de todos los servicios del Estado, de cines y/o teatros variados, de ciclovías o mayores espacios que no solo tengan utilidad para los automóviles, etc. por esto se señala en más de una ocasión durante la recolección de los datos que el comercio si bien es suficiente, igualmente obliga a la gente a salir de la comuna a realizar ciertos trámites, a estudiar y por cierto a trabajar, lo cual poco a poco podría comenzar a generar la aparición de las instancias necesarias para satisfacer las demandas y entreguen a los talagantinos mayores oportunidades de elección sobre sus requerimientos.

La hipotética llegada de todos estos servicios y establecimientos también debiera ser bajo un marco claro de regulación al momento de construir y sostener un equilibrio entre la satisfacción de necesidades y el bienestar de la comunidad.

El consumidor Talagantino, también está poco a poco entrando en la dinámica más perversa del capitalismo actual que tiene que ver con el consumo a través de dinero plástico, y más aún, en el proceso de endeudamiento a través del crédito, que como vimos, poco a poco va trastocando su calidad de vida.

Recorriendo la comuna, es posible observar que la posibilidad de consumir con tarjeta de crédito es masiva y casi total en el centro comercial. Los negocios de mayor tradición cuentan con el sistema así como la inmensa mayoría de las tiendas y establecimientos, siendo muestra de la adaptación necesaria frente al lugar que tienen las tarjetas tanto de débito como de crédito en la vida cotidiana de los consumidores.

El consumidor talagantino comienza a adaptarse también a la costumbre de comprar mayoritariamente por moda que por necesidad, lo cual es refrendado a partir de las voces expuestas en nuestros análisis, por ejemplo señalando que se dejan llevar por las modas impuestas en cuanto a tecnología de televisores y aparatos de última generación, principalmente seducidos por la publicidad y donde las personas de menos recursos y los jóvenes con poca responsabilidad frente a los pagos, son las más susceptibles a esto.

Los problemas que genera el endeudamiento son factibles de solucionar a partir principalmente de la toma de conciencia y el pragmatismo al momento de manejar tarjetas de crédito con cupo disponible frente a la necesidad, oportunidad o tentación.

Los niveles de información al momento de consumir son otra demostración de los cambios que se experimentan en la conformación de un nuevo consumidor Talagantino, donde la información otorgada por los medios de comunicación les hace sentir que conocen sus derechos y que deben defenderlos, sin embargo, muchas veces

esta información es mal interpretada y mal utilizada por ellos generando conflictos y nuevas dinámicas de reclamo entre los tradicionales comerciantes y este nuevo consumidor.

Una nueva arista explicativa, tiene que ver con los cambios socioculturales que viven las tradiciones y la composición esencial e histórica del Talagantino, tópico más que importante si se piensa que este proceso de construcción permanente de un ser se ve directamente influenciada por el entorno y los cambios que se vivan en él.

El talagantino es descrito por las voces recolectadas, como un ser bueno, honesto y decente, pero que frente a la llegada de habitantes de fuera de la comuna con sus propias costumbres y formas se hace reconocible a primera vista, estableciendo un punto de “discriminación visual” que posibilita diferenciarlos.

Ahora bien, el talagantino guarda nostalgia de la composición infraestructural de su comuna pero también es consciente del daño que causaron los terremotos de los años 1985 y 2010 en las construcciones que hicieron necesario tanto demoler como remodelar cientos de establecimientos lo cual fue irremediamente transformando la cara de Talagante.

Esta cara que poco comienza a recibir de buena manera a sus nuevos invitados e intenta realizar de manera más fluida la hibridación entre los mundos rural y urbano o también entre lo local y lo global representado a partir de las instituciones comerciales e inmobiliarias.

La composición histórica de la comuna también intenta ser sostenida a partir de las tradiciones mitológicas, religiosas, de esparcimiento y celebración nacional como lo son las historias de La Quintrala que siguen cruzando generaciones, además de los personajes típicos que deambulan por la comuna.

Cuasimodo, las celebraciones en la imponente iglesia presente en la plaza de armas, además de las fondas y ramadas y la feria navideña que se constituyen en un espacio sin construcción en el centro de la comuna, se erigen como las principales celebraciones masivas en que se sostiene la tradición de la comuna y que los talagantinos disfrutan en familia.

Hemos analizado en detalle los procesos que se escenifican en el territorio comprendido como centro comercial de la comuna de Talagante con el fin de delinear el recorrido que se vive desde un pueblo a la constitución de una ciudad, a partir de las pautas de consumo que poseen los habitantes de la misma y que se configuran a partir de la nueva etapa capitalista que algunos denominan como globalización.

El protagonista de estos procesos es el sujeto que los vive, el cual poco a poco comienza a transformarse desde haber sido un habitante de campo, un amante de sus tradiciones que no veía como factible la “invasión” de los procesos de la capital en su pueblo, pero que era capaz de verlos como algo real hacia un Talagantino que poco a poco trae a la comuna a través de los nuevos habitantes y a través de los sujetos más jóvenes que estudian y/o trabajan en la capital las dinámicas propias de una ciudad global como Santiago hacia su comuna.

De ahí que podamos señalar que se está configurando un nuevo habitante de Talagante que es capaz de conjugar los aspectos tradicionales de su historia y cultura tratando de mantenerlos pero que también adviene con las necesidades globales del sistema que genera un consumidor permanente de bienes, servicios y productos tanto a nivel local como a nivel global generando una sensación de pertenencia en los talagantinos al interior del momento actual del capitalismo donde la masividad de la tecnología y la información hacen necesario estar inmersos.

Talagantinos de siempre o desde hace un tiempo, son (somos) todos testigos presenciales del proceso de transformación que está viviendo nuestra comuna, lo cual genera la responsabilidad de no perder el rumbo en que se pueda complementar la hermosa tradición en todos los sentidos, que se intentó describir a lo largo de éstas páginas, con la llegada de las costumbres, de los requerimientos y de las instituciones que sostienen el sistema globalmente capitalista que puede significar un peligro para la construcción sociocultural de una comuna eminentemente rural que ya se establece como ciudad, capital provincial y subcentro comercial de la región.

Las pautas y costumbres de consumo de los talagantinos se concretan a partir de este proceso también, en que sean capaces de complementarse la presencia de nueva y mayor oferta y las estrategias de las tiendas tradicionales que a partir de su calidad de productos y servicios logre sostener una competencia en que se potencien ambos tipos de establecimiento y consigan cimentar en conjunto el desarrollo más conveniente para el bienestar de los talagantinos.

VII. BIBLIOGRAFIA

- Bauman, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica .
- Bauman, Z. (2007). *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. Barcelona: Tusquets Editores.
- BCN, B. d. (2012). *www.reportescomunales.bcn.cl*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://reportescomunales.bcn.cl/2012/index.php/Buin/Poblaci%C3%B3n>
- Beck, U. (Junio de 2000). *www.boletinage.com*. Obtenido de <http://www.boletinage.com/articulos/30/01.pdf>
- Betin, G. (1982). *Los sociólogos de la ciudad* . Barcelona: Editorial Gustavo Gili .
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales*. Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico* . Buenos Aires : Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva* . Buenos Aires: Siglo XXI Editores .
- Canales, M. (2005). La nueva ruralidad en Chile: apuntes sobre subjetividad y territorios vividos. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Humano*, 33-39.
- Capdevielle, J. (2011). El concepto de habitus: "con Bourdieu y contra Bourdieu". *Dialnet*, 31-45.
- Cuervo, L. M. (Octubre de 2003). *www.eclac.org*. Obtenido de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/8/13868/sgp37.PDF>
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. 1. Artes de hacer*. Mexico. D. F: Instituto Tecnológico y de Estudios superiores.
- De Mattos, C. (2002). *www.scielo.cl*. Obtenido de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612002008500001&lng=es&tlng=es. 10.4067/S0250-71612002008500001.
- Ducci, M. E. (2002). Área urbana de Santiago 1991-2000: expansión de la industria y la vivienda. *EURE*.
- Favela, A., & Calvillo, M. (2003). *www.redalyc.org*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/726/72610305.pdf>

- Greene, M., & Soler, F. (2004). Santiago: De un proceso acelerado de crecimiento a uno de transformaciones. En D. M. Carlos, D. M. Elena, R. Alfredo, & Y. Gloria, *Santiago en la globalización ¿una nueva ciudad?* (págs. 47-83). Santiago: Ediciones SUR.
- Harvey, D. (1990). *La condición de la posmodernidad* . Buenos Aires: Amorrortu Editores .
- Link, F. (Junio de 2010). Globalización, vulnerabilidad y riesgo en la nueva configuración socio-territorial del trabajo en el área metropolitana de Santiago . Santiago , Chile .
- Marx, C., & Engels, F. (1970). *La ideología alemana*. Barcelona: Ediciones Grijalbo .
- Moulian, T. (1998). *El consumo me consume*. Santiago: LOM Ediciones.
- Ortega Tello, H. (2000). *El desarrollo local ¿es posible en Chile? : la experiencia de Talagante 1997 - 2000*. Talagante : Fundacion Salmiru .
- Safa, P. (junio de 2002). <http://www.cge.udg.mx/>. Recuperado el 13 de mayo de 2014, de <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug24/bourdieu3.html>
- Talagante, I. M. (2004). <http://www.munitalagante.cl/>. Recuperado el 16 de junio de 2014, de http://www.munitalagante.cl/direcciones/secpla/descargar_pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf

VIII. ANEXOS

Diseño de instrumentos:

Pauta focus group

El focus group como técnica de recolección de datos ha de ser orientada por la puntualización de los objetivos de investigación.

Es así que a partir del objetivo general de la investigación, a saber: describir cómo se articulan las pautas y costumbres de consumo de los habitantes de la comuna de Talagante al concretarse la instalación de grandes tiendas que amplían y diversifican la oferta de bienes y servicios en la comuna; se desprenden temáticas a preguntar tales como:

Temas:

Cambios a partir de la instalación de grandes tiendas: infraestructurales, acceso a bienes y servicios que antes no existían.

Del que derivan preguntas como:

1. ¿Qué opinan sobre la instalación de nueva infraestructura en el centro de la comuna?
2. ¿Cómo consideran que se ve el centro de la comuna a partir de la instalación de la infraestructura?
3. ¿Consideran que la comuna ha visto alterada su tranquilidad o su esencia rural a partir de los cambios en la infraestructura?
4. ¿Qué piensan de la posibilidad de acceder a bienes y servicios que hace algunos años era impensado o casi imposible poseer en la comuna?
5. ¿Cambió la vida de los talagantinos a partir de estas novedades? En lo general y en lo particular de los mismos participantes del focus.

Comparación con momento anterior: carácter rural, historias de vida y cambio de época, detalles que puedan surgir con respecto a esto.

Preguntas:

1. ¿Cómo era ir a comprar al centro de la comuna hace años atrás?
2. ¿Qué hacían cuando no encontraban lo que necesitaban en la comuna?
Asumiendo que era difícil satisfacer todas las necesidades.

Cambios en las dinámicas de compras, en cuanto a los lugares, las personas, el tipo de atención, el acceso a los bienes (facilidades otorgadas por el crédito, acceso a la deuda, etc.)

Preguntas:

1. ¿Cómo es ir a comprar a un negocio de barrio o tradicional?
2. ¿Cómo describirían que es ir a comprar a una multitienda?
3. ¿Dónde creen que se encuentran las principales diferencias?
4. ¿Qué opinan frente a la facilidad que poseemos hoy en día para acceder al crédito?
5. ¿Consideran que la deuda con casas comerciales es la principal forma para mejorar nuestra calidad de vida?

Pauta entrevista semi estructurada:

Preguntas:

Tema: **Tradicición/rasgos identitarios/esencia**

1. ¿hace cuánto tiempo que esta este negocio aquí?
2. ¿cómo definiría usted la esencia del Talagantino?
3. ¿considera que la esencia de la comuna se mantiene?
4. ¿existen esfuerzos por mantenerla? Tanto por parte de la autoridad, como por parte de cada uno.
5. ¿Qué factores podrían afectar esa esencia?
6. ¿son la presencia de mayor equipamiento, nueva infraestructura, mayor cantidad de habitantes, factores que modifiquen esa esencia?
7. ¿usted cree que las tradiciones comunales como el cuasimodo, las fondas, las ferias libres, la organización vecinal en fechas importantes, los negocios tradicionales se mantienen?

Tema: **Cambio sociocultural**

1. ¿Qué opinión le merecen los cambios que es posible observar en la comuna?
2. ¿Qué consecuencias visualiza usted frente a estos cambios?
3. ¿Qué opinión le merece la llegada de nuevos habitantes a la comuna?
4. ¿cree que existe un mayor índice de delincuencia actualmente en la comuna?
5. ¿tiene algún dispositivo de seguridad en su negocio/casa? Como alarmas, cámaras de seguridad, etc.
6. ¿Los talagantinos son consumidores conscientes de sus derechos? ¿son buenos para reclamarlos?

Tema: **Acceso al crédito**

1. ¿tiene tarjetas de crédito? / ¿en su negocio tiene la opción de pagar con ellas?
2. ¿cree que estas facilitan el acceso al consumo de bienes y/o servicios que de otra manera seria difícil?
3. ¿la gente se endeuda por necesidades reales o por moda?
4. ¿considera que la publicidad incita a la gente a endeudarse?
5. ¿la tarjeta de crédito otorga un status al consumidor?
6. ¿la deuda a través del crédito es la principal forma de mejorar la calidad de vida?

Tema: Ampliación de la oferta y de la infraestructura

1. ¿es posible encontrar en la comuna bienes y/o servicios que antes no existían?
2. ¿es suficiente la oferta que existe hoy?
3. ¿los negocios tradicionales han perdido espacio y/o existencia frente a la nueva infraestructura que se está instalando en la comuna?

Tema: Suburbanización

1. ¿es Talagante el principal lugar de comercio de la provincia? Atrayendo a consumidores de pueblos más pequeños, como El Monte, Isla de Maipo, Lonquen, Malloco, etc.
2. ¿podría llegar a ser como Melipilla en cuanto a la cantidad de servicios que posee, su extensión y su cantidad de habitantes?
3. ¿está siendo utilizado Talagante para “despoblar” Santiago?

Tema: Situaciones no propias de Talagante

1. ¿existe un “caos vial” en las horas *peak*?
2. ¿Qué soluciones podrían ejecutarse?
3. ¿Qué opina de que se tomen medidas como la reversibilidad de las vías en hora *peak*?
4. ¿hoy en día se vive una especie de descontrol consumista por parte de los talagantinos durante las fechas comerciales de importancia nacional? Como navidad, fiestas patrias, días del niño, de la madre, del padre, etc.

Tema: Planificación urbana

1. ¿Existe una carencia de vías para el tránsito de vehículos? Para entrar y/o salir de la comuna.
2. ¿Qué medidas podría tomar la autoridad en torno al desarrollo urbano de la comuna? Principalmente ante la masiva construcción de viviendas, el caos vial en ciertos horarios y la falta de vías para el tránsito de vehículos,

Pauta entrevista focalizada:

Eje principal el tema del consumo y la transformación de los hábitos de los talagantinos en ese sentido.

1. ¿Con que frecuencia viene a este lugar a comprar algo o a pagar cuentas?
2. ¿Por qué prefiere venir acá?
3. ¿Es la primera opción de lugares para consumir?
4. ¿Venir a comprar al centro es un panorama familiar?
5. ¿Usted utiliza el centro como un lugar de encuentro con otras personas? Ya sea para comer, para reunirse, etc.
6. ¿La oferta de bienes y servicios que existe hoy en la comuna es suficiente?,
7. ¿No es necesario ir a otras localidades a buscar ciertas cosas?
8. ¿Tiene tarjetas de crédito? ¿más de una?
9. ¿Considera que es fácil obtenerlas? ¿cree que quizá debiera ser más difícil o con una mayor evaluación previa?
10. ¿Qué tanto las usa? ¿en qué tipo de lugares las utiliza?
11. ¿Son las deudas el camino más usado para mejorar la calidad de vida?
12. En su opinión, ¿la gente se endeuda por moda o por necesidades reales?
13. ¿Quiénes serían las personas que más se endeudan?
14. ¿La nueva infraestructura que se ha construido hace que se pierdan los negocios tradicionales? ¿o la tradición en si misma de la comuna?
15. ¿Los negocios tradicionales saben adaptarse a los nuevos tiempos? léase con las tarjetas, tendencias de moda etc. Pierden terreno contra una marca solamente o el Talagantino sabe apreciar otras cosas propias de los locales tradicionales
16. ¿Qué tipo de personas considera usted son las que utilizan más cotidianamente el centro para consumir?
17. ¿Cuáles serían en su opinión las conductas más típicas del centro de Talagante? ¿para que lo usa más la gente? Comer, caminar, vitrinear,
18. ¿Considera que existe una influencia de la gente que ha llegado desde afuera en las costumbres típicas del Talagantino? Generándose una intención imitativa quizá, por parte de los talagantinos

Pauta de observación no participante:

Qué observar	Lugar 1	Lugar 2	Lugar 3
Dinámicas propias			
Situaciones excepcionales			
Flujo de consumidores			
Tránsito de personas no consumidoras			

Transcripción entrevistas semi estructuradas:

Entrevista n°1:

Realizada en tienda Fabrica de Ropa.

Entrevistador: ¿Hace cuánto que esta el negocio aquí? En este lugar

Entrevistada: ¿Nos vamos a referir a Talagante cierto?

Entrevistador: sí, sí.

Entrevistada: ya, hace como cuarenta años

Entrevistador: ¡cuarenta años!

Entrevistada: sí, sí.

Entrevistador: ¿Cómo consideraría usted que es el Talagantino en esencia? ¿Cómo lo definiría...?

Entrevistada: bueno, sano, el Talagantino que siempre ha vivido en Talagante porque ahora ha llegado mucha gente externa yo estoy hablando del Talagantino, ese es una persona buena, sana... y lo bueno es que todos nos conocemos entonces es súper importante todo ese cuento, porque uno conoce al tiro al Talagantino, al tiro

Entrevistador: ¿Sí?

Entrevistada: ¡al tiro!

Entrevistador: ¿Esa esencia se mantendrá? ¿Se está manteniendo?... esa esencia ¿Existe todavía?

Entrevistada: no, o sea, existe en los Talagantinos si pero ha llegado muchísima gente que no es igual

Entrevistador: y por ejemplo, ¿Esfuerzos por parte de la autoridad para mantener cuestiones como costumbres, cultura esas cosas, se ven?

Entrevistada: si... si, las loceras que son las más antiguas acá en Talagante pero, se ve, si, la cultura si, si se desarrolla bastante acá en Talagante

Entrevistador: ¿Qué tipo de factores podrían afectar la esencia que estábamos hablando, que estaba diciendo al principio? ¿Qué cosas la afectan a la esencia que usted misma estaba definiendo al principio?

Entrevistada: el Talagantino es honrado, una persona decente, podría decir yo, con costumbres que ahora ya no se ven ese es el Talagantino de toda la vida, ese es el que yo conozco

Entrevistador: yo postulo en la tesis, que por ejemplo, la presencia de más equipamiento, de infraestructura nueva y de nuevos habitantes influyen en esa esencia... ¿Eso es así?

Entrevistada: si, eso es así

Entrevistador: las tradiciones como el cuasimodo, las fondas, las ferias, la organización vecinal en fechas importantes, los negocios tradicionales, ¿Están todavía?

Entrevistada: eh, si todo eso está, los negocios tradicionales ya quedan pocos porque los, la mayoría eran propietarios y como llegaron las tiendas grandes, estoy hablando del comercio, se arrendaron, entonces de los más antiguos que quedamos somos tres prácticamente.

Entrevistador: ¿Qué opina usted sobre los cambios que se ven en la comuna?... los cambios

Entrevistada: ¿En relación a las personas?

Entrevistador: a lo que se ve, en cuanto al tema infraestructural

Entrevistada: bueno por el terremoto cambio bastante, pero, todavía le falta mucho, mucho, es todavía un pueblo

Entrevistador: ¿Sí?

Entrevistada: si, le falta mucho. Hay gente que viene de estados unidos, de Madrid, que ha vivido aquí, que tiene su familia aquí viene a visitarlos y encuentran que no ha cambiado en nada, la única que cambie en el fondo soy yo porque tuve que construir, pero por efecto del terremoto, no por otra cosa

Entrevistador: ¿Qué consecuencias visualiza usted, frente a esos cambios? No se consecuencias negativas, positivas

Entrevistada: que seguimos siendo pueblo no más, no emergemos como ciudad, que podríamos ser tal vez más grandes como Melipilla

Entrevistador: esta por ahí eso después... ¿Estamos de acuerdo en que ha llegado mucha gente nueva cierto?

Entrevistada: si

Entrevistador: ¿Qué opina usted sobre eso?

Entrevistada: no me gusta nada la gente que ha llegado

Entrevistador: ¿No?

Entrevistada: no, no, no, es gente que no tiene las mismas costumbres. Acá en este negocio tu entras... entra un Talagantino y se conoce al tiro.

Entrevistador: ¿Cree que existe un mayor índice de delincuencia actualmente en la comuna?

Entrevistada: si

Entrevistador: ¿Usted acá tiene algún dispositivo de seguridad?

Entrevistada: si

Entrevistador: acá yo preguntaba por alarmas, cámaras...

Entrevistada: alarma

Entrevistador: ¿Los talagantinos en general son consumidores conscientes de sus derechos? ¿Saben... son más buenos para reclamar?

Entrevistada: si, si ahora si porque hay más información, porque hay más en los medios, Internet les ayuda bastante. Pero, ellos reclaman pero no están bien informados, reclaman porque quieren reclamar porque juran lo que dice la televisión, es una cosa, y lo que es en realidad... están mal informados, no están bien informados de sus reclamos

Entrevistador: vienen a reclamar por reclamar.

Entrevistada: no sé si por reclamar, ellos piensan que uno tiene la obligación de devolver el dinero, y no es así, no es obligación es a criterio de la empresa, nada más, entonces ellos dicen: “no po, si en la tele dicen que devuelven el dinero”. Bueno le digo yo, vaya al SERNAC, porque no es tan así.

Entrevistador: ¿Acá en el negocio hay opción de pagar con tarjeta?

Entrevistada: si

Entrevistador: ¿Usted cree que estas facilitan el acceso al consumo?

Entrevistada: si, si... bueno acuérdate que ahora cajeros automáticos prácticamente nadie quiere tener, entonces la tarjeta soluciona mucho

Entrevistador: ¿La gente se endeuda por necesidad real o por moda?

Entrevistada: la gente es consumista... porque

Entrevistador: porque todos consumen...

Entrevistada: la gente antes de comprar tendría que preguntarse: ¿Lo necesito? Le aseguro que no lo necesitan, pero bueno a nosotros nos conviene

Entrevistador: ¿La publicidad incita a la gente a endeudarse?

Entrevistada: si, ¡sí!

Entrevistador: ¿La tarjeta de crédito otorga un status al consumidor? ¿El consumidor siente que es más porque tiene tarjeta de crédito?

Entrevistada: fíjate que no sé, no lo había pensado eso, pero yo creo que no, si ahora todo el mundo tiene acceso a una tarjeta de crédito... depende de la tarjeta eso da más status, porque si es una Santander platinum gold member, claro que te va a dar más status

Entrevistador: ¿La deuda a través del crédito es la principal forma de mejorar la calidad de vida?

Entrevistada: no, la deuda a través del crédito mejorar la calidad de vida, bueno pa la gente que no tiene más recursos, claro mejora la calidad de vida pero no es lo mejor; es mejor juntar la plata y cuando uno tenga la plata comprar

Entrevistador: ¿Es posible encontrar en la comuna hoy día bienes o servicios que antes no existían?

Entrevistada: si, si... impuestos internos ahora ya está acá... si bien, hay varios servicios que no habían... lo que si faltan algunas cosas por ejemplo los programas de FONASA creo que no están acá, para hacer programa uno tiene que ir a Peñaflor ponte tú, creo que eso no está.

Entrevistador: la pregunta siguiente era si es suficiente la oferta

Entrevistada: ah, claro

Entrevistador: los negocios tradicionales ¿Considera que han perdido espacio o existencia frente a la nueva infraestructura que se está instalando? ¿Han perdido el espacio?

Entrevistada: si, si, hemos perdido, pero también hemos sido inteligentes en tratar de que lo que no tengan las multitiendas que llegaron, lo tenemos nosotros además el servicio y la atención

Entrevistador: claro, eso es lo distinto

Entrevistada: eso es lo distinto

Entrevistador: ¿Talagante es el principal lugar de comercio de la provincia? ¿Atrae a gente de los pueblitos más chicos, no se El Monte, Malloco?

Entrevistada: sí, sería claro el principal, hay más cosas

Entrevistador: y en ese sentido, ¿Podría llegar a ser como Melipilla? Yo tengo como ejemplo aquí a Melipilla

Entrevistada: hay más cosas que en los demás, pero deberíamos de tener más

Entrevistador: ¿Falta todavía?

Entrevistada: falta

Entrevistador: ¿Usted cree que Talagante está siendo utilizado para despoblar un poco Santiago? En el sentido de traer gente de afuera

Entrevistada: no, no creo, porque aquí en Talagante va harta gente a trabajar a Santiago y vive en Talagante, no, no creo.

Entrevistador: los últimos temas que vienen son sobre situaciones que no eran propias de Talagante antes, yo pongo como ejemplo el caos vial que hay a veces en...

Entrevistada: ¡sí!

Entrevistador: en la hora peak... ¿Existe ese caos vial?

Entrevistada: ¡sí! Existe, si de hecho tu sabes que hay la...

Entrevistador: la doble vía

Entrevistada: si la doble vía... existe, sobre todo en los colegios, cuando empieza marzo, típico que pasa... cuando salen los campings el día domingo...

Entrevistador: ah también,

Entrevistada: ¡sí! Anda a observar ahí... te *mori*, una cola pero inmensa de autos, inmensa

Entrevistador: ¿Qué soluciones se podrían ejecutar en ese sentido?

Entrevistada: aquí, la única solución sería ampliar más Talagante, había un proyecto para eso pero no se pudo hacer, no estoy muy bien informada pero había un proyecto de ampliar Talagante, de abrirlo mas

Entrevistador: ¿Sí?

Entrevistada: si... hablan del Metrotren, pero yo lo estoy escuchando desde hace muchos años, así que mientras no lo vea puesto ahí, no lo voy a creer

Entrevistador: ¿existe un exceso de vehículos en la comuna?

Entrevistada: si, y la gente, tu sabes que el vehículo da status, entonces salen en vehículo

Entrevistador: vienen de ahí a aquí a comprar... lo he visto

Entrevistada: y no hay estacionamientos en ninguna parte

Entrevistador: las medidas por ejemplo de que sean las vías reversibles, ¿Qué le parecen?

Entrevistada: si, sirven

Entrevistador: ¿Funcionan?

Entrevistada: si, si funcionan, eso funciona

Entrevistador: ¿Están los talagantinos adoptando costumbres que vienen de afuera?

Entrevistada: ¿En qué sentido?

Entrevistador: costumbres de vida, en el fondo bien relacionado al tema del consumo, yo al menos lo veo en estas fechas también que no se si antes, hace diez años se veía tanta gente como cuando es el 18, cuando es el día del niño, cuando es la navidad

Entrevistada: si

Entrevistador: esta pregunta es un poquito parecida a la anterior en que yo planteo si es que se vive una especie de descontrol consumista por parte de los talagantinos durante las fechas comerciales de importancia nacional

Entrevistada: si

Entrevistador: antes como que quizá éramos un poquito aislados y no copiábamos las costumbres y ahora estamos como más integrados

Entrevistada: si, ahora si

Entrevistador: la gente se quiere integrar más, se quiere sentir parte de la fiesta nacional

Entrevistada: si, eso pasa comúnmente en el 18 de septiembre, navidad, año nuevo, en las fiestas más principales si

Entrevistador: lo último es sobre la planificación urbana, ¿Usted cree que existe una carencia de vías para vehículos, para entrar o salir de la comuna?

Entrevistada: claro, claro si Talagante debería abrirlo más, más abierto, el plano regulador no salió, entonces en eso estaba contemplado

Entrevistador: y ¿Qué medidas podría tomar la autoridad en torno a eso?

Entrevistada: que salga el plano regulador y se solucionan todos los problemas, pero ahí ya... es otro tema

Entrevistador: otro tema y da pa largo, es interesante eso...

Entrevista N° 2

Entrevistador: ¿Hace cuánto vive o tiene este negocio en este lugar?

Entrevistada: bueno, este negocio, yo vivo toda mi vida acá, y el negocio ya tiene 100 años ya, yo trabajo acá en este local

Entrevistador: ¿Cómo considera usted que es la esencia del Talagantino?, sus costumbres, sus hábitos de compra

Entrevistada: mira, yo creo que a Talagante, a la gente de Talagante le ha costado acostumbrarse a comprar acá, tiende generalmente a ir a Santiago, pero con el tiempo se ha ido dando cuenta que es más cómodo comprar acá y encuentra lo mismo que está en Santiago

Entrevistador: ¿Considera que esa esencia se mantiene con el tiempo?

Entrevistada: si, yo creo que ha ido evolucionando, Talagante en si ha ido creciendo y su comercio también

Entrevistador: ¿Qué factores cree que podrían afectar esa esencia del Talagantino?

Entrevistada: el, tal vez, traer las grandes tiendas también trae otro tipo de gente, ya, que viene con malas costumbres, por ejemplo, hoy mismo encontrar gente que viene de Santiago que ve como Talagante va creciendo se venga acá a mostrar sus malos hábitos eso es lo malo de crecer también, porque Talagante en sí, siendo que Talagante es chico, la gente se conoce entre si

Entrevistador: ¿Cree que son, la presencia de mayor equipamiento, nueva infraestructura y mayor cantidad de habitantes factores que modifiquen estas conductas?

Entrevistada: ¿Cómo?

Entrevistador: ¿Cree que son la presencia de mayor equipamiento, la nueva infraestructura, la mayor cantidad de habitantes, factores que modifiquen esta conducta del Talagantino?

Entrevistada: bueno, es que o sea, el hecho de que Talagante vaya creciendo, siga creciendo el sector poblacional también va haciendo otros requerimientos la gente ya es, generalmente para no ir a Santiago, para que la gente, como yo le digo para que la plata quede aquí y no se vaya a Santiago nos conviene que lleguen tiendas grandes para evitar la ida a otros lados

Entrevistador: o sea usted dice que le conviene que se abran tiendas grandes

Entrevistada: si, que lleguen más tiendas, más comercio porque ayuda a los más chicos

Entrevistador: ¿Pero eso no significa una competencia desigual?

Entrevistada: no porque al final se potencian, fíjate por ejemplo, tu, si estudias en Santiago te vas a estado, en estado puras zapaterías, te vas a Puente, puras zapaterías entonces se potencian, porque la gente dice: “¿sabes qué? Vamos a tal calle porque allá vamos a encontrar todo” si te das cuenta aquí mismo, o sea que *tengay* cuatro farmacias en cuatro esquinas o sea, quiere decir que hay público para las cuatro

Entrevistador: hay público para todo

Entrevistada: exacto.

Entrevistador: el cambio sociocultural es el otro ápice de la entrevista, ¿Qué opinión le merecen los cambios que es posible observar en la comuna?

Entrevistada: no, bueno, los cambios... todo cambio es bueno, la estructura todo eso, nos ayuda a ¿Cómo se dice? A evolucionar mejor, porque ya no somos el pueblito chico o sea ahora somos provincia, y eso nos ayuda a que vengan los de El Monte, los de la Isla a Talagante

Entrevistador: ¿Qué consecuencias visibiliza usted frente a estos cambios?

Entrevistada: lo que te decía anteriormente, o sea el que haya más comercio, el que llegue más gente trae... viene este tipo de gente que no viene solamente a comprar viene a hacer, a ¿Cómo te diría yo? A...

Entrevistador: ¿... a hacer maldades? O algo así

Entrevistada: el que haya más comercio es cierto que es bueno, pero también está trayendo...

Entrevistador: ¿Más delincuencia?

Entrevistada: más delincuencia

Entrevistador: ¿Qué opinión le merece la llegada de nuevos habitantes a Talagante?

Entrevistada: no, bien... bien, porque como te decía yo, Talagante ya antes Talagante llegaba de... hasta la población Villa Hortensias, llegábamos hasta ahí, y ahora imagínate ya vamos casi en La Palma, todo lo que ha crecido Talagante, en el sentido de que ha crecido con más poblaciones

Entrevistador: ¿Cree que existe un mayor índice de delincuencia actualmente en la comuna?

Entrevistada: sí. Ya... imagínate antiguamente uno los conocía quienes eran, ahora por ejemplo hay gente que tu no conoces, anda una cantidad de mecheros que tú no te imaginas

Entrevistador: ¿Ustedes han sufrido robos acá?

Entrevistada: si, por eso te digo, o sea la delincuencia, al crecer Talagante ha crecido también...

Entrevistador: ¿Tiene algún dispositivo de seguridad?

Entrevistada: si, tenemos dos, que uno es la... que va con la comuna que

Entrevistador: ¿Cómo alarmas comunitarias?

Entrevistada: claro, alarma comunitaria, más una que es Verisur, que es con cámara y con todo

Entrevistador: ¿Los talagantinos son consumidores conscientes de sus derechos? ¿Son buenos para reclamarlos?

Entrevistada: si, yo creo que la televisión los ha ayudado hartito, porque ahora reclaman por todo, o sea el hecho de que le estén hablando del SERNAC en la televisión y lo vean, reclaman por todo

Entrevistador: que los tres meses, que la boleta

Entrevistada: claro, que la boleta, te vienen a reclamar hasta por tapillas, o sea a veces la gente mal interpreta el derecho al consumidor, o sea es cierto que si hay una falla de material o de fatiga de material, si hay que responderle pero tú no puedes responder por tapillas porque es un problema del uso, el que se te desprege la punta generalmente es por tropiezos, entonces ah, vienen por esos detalles, entonces la gente no sabe la definición del este del consumidor, o sea reclama por todo

Entrevistador: ¿Cómo se lo toman ustedes como local? ¿Cuál es la política de ustedes?

Entrevistada: no, o sea nosotros si vemos que hay falla o fatiga de material que es falla de fábrica ni un problema lo cambiamos al tiro, pero cuando es por tapilla le tenemos que decir y la gente se enoja: "que me voy al SERNAC" entonces es como la amenaza, vaya al SERNAC esa es la cosa, o generalmente nosotros le decimos: ¿va a llevar el zapato? Ya, pero si le queda chico no fue por una falla... porque por ejemplo a un niño a veces puede pasar que por las ansias y por las ganas de querer llevárselo a veces se lo llevan no importa que le quede chico pero una persona adulta tu puedes ver si te queda bien o si te queda mal, entonces ¡ah! Se lo ponen y van a la esquina y

dicen: “sabe que fui a la esquina y me di cuenta que me quedaba chico” entonces le digo, eso tampoco es una falla de fábrica entonces también vienen a reclamar por eso. Que estoy dentro de los diez días, entonces sacan todo el libro del SERNAC y te lo ponen aquí encima

Entrevistador: ¿Tiene acceso a las tarjetas de crédito?

Entrevistada: sí. Tenemos, trabajamos con la línea, con Redcompra y con las tarjetas de casas comerciales

Entrevistador: ¿Cree que estas facilitan el acceso al consumo de bienes...?

Entrevistada: si, si ayuda bastante. La tarjeta vende bastante, en esta fecha tú te das cuenta la cantidad de ventas que hay a través de las tarjetas

Entrevistador: ¿Es mayor al efectivo?

Entrevistada: es mayor al efectivo

Entrevistador: ¿Usted cree que la gente se endeuda por necesidades reales o por moda?

Entrevistada: mira, yo creo que es la masa que te lleva... porque por ejemplo hay gente que es compradora compulsiva, como hay gente que necesita, ya, pero la gente es por moda que se... vámonos endeudando, tenemos tarjeta, vamos ocupémosla; yo lo veo aquí de repente saca la gente, ¡ay! ¿Cuál ocupo, cuál ocupo? Y de verdad, imagínate que hay señoras que a veces un zapato por decirte, cinco mil pesos, a veces lo compran en cinco, seis cuotas o sea cuánto paga más del producto, no saben usar muchas veces las tarjetas, yo digo al final los zapatos le salen el doble porque nosotros... el interés que se cobra es para las casas comerciales no para nosotros.

Entrevistador: ¿Considera que la publicidad incita a la gente a endeudarse?

Entrevistada: si, eso tienta, por ejemplo yo misma como consumidor, si te ponen un letrero que dice “hay liquidación”, ¡ah! entonces aprovechemos vamos, pero también vende, nosotros por ejemplo pusimos aquí “liquidación” nosotros estamos liquidando lo que es saldo pero la gente es como “¡ah! Liquidación vamos, o sea eso también te vende.

Entrevistador: ¿La tarjeta de crédito otorga status al consumidor? Quedamos en que ya no porque es más fácil el acceso a ellas

Entrevistada: es más fácil el acceso a obtenerlas

Entrevistador: ¿La deuda a través del crédito es la principal forma de mejorar la calidad de vida?

Entrevistada: ¿Cómo?

Entrevistador: ¿Si usted cree que la deuda a través del crédito es la principal forma de mejorar la calidad de vida?

Entrevistada: no, yo creo que debieran ir eliminando las tarjetas, porque cada día estamos endeudados, yo creo que con el tiempo si tú te das cuenta por ejemplo hay países que no ocupan la tarjeta entonces la gente no está sobre endeudada yo creo que el acceso a tener tarjetas estamos todos sobre endeudados

Entrevistador: ¿Debiera ser más restrictivo?

Entrevistada: debiera ser más restrictivo, claro, de todas maneras, porque hay gente imagínate que si tiene todas las tarjetas, ocupa todas las tarjetas pero resulta que si aquí son cinco, acá son cinco, al final recibes y te falta plata para pagar entonces la gente se endeuda más de lo que gana

Entrevistador: otro tema, ampliación de la oferta y la infraestructura. ¿Es posible encontrar en la comuna bienes o servicios que antes no existían?

Entrevistada: si, por ejemplo ahora imagínate en la misma gobernación en la municipalidad tenemos baño, en el supermercado hay baño, antes no tenías baño, algo tan, servicios de utilidad que uno a veces necesita ya sabes donde puedes encontrar. Antiguamente los supermercados no tenían, los negocios tampoco, por ejemplo ahora cualquier cosa sabes que en la gobernación hay un servicio público que te sirve para algo... algo tan... insignificante, tan básico, pero no se le daba la importancia, y de repente tú sabes que no tiene horario para eso...

Entrevistador: ¿Es suficiente la oferta que existe hoy?

Entrevistada: si

Entrevistador: ¿O cree que hay una sobre oferta de los servicios y bienes que hay en la comuna?

Entrevistada: no, estamos... a ver espérate, ¿Cómo era la pregunta?

Entrevistador: ¿Si es que es suficiente la oferta que existe hoy?

Entrevistada: yo creo que sí, lo que pasa que ahora hay acceso para todo, y todos tienen, y todos liquidan, entonces es más asequible todo, ya no vemos cosas tan inalcanzables, con la misma tarjeta llegamos a todo

Entrevistador: ¿Usted cree que los negocios tradicionales han perdido espacio o existencia frente a la nueva infraestructura que se está instalando en la comuna?

Entrevistada: mira yo creo que hay mucho más competencia pero a veces la gente busca la calidad no todos, pero por ejemplo por las grandes tiendas... nosotros mismos trabajamos ropa de colegio trabajamos todo, pero los precios nuestros no pueden competir, porque nosotros... yo tengo un pantalón que te vale diez mil pesos y el supermercado te está ofreciendo en la promoción en la televisión, en la propaganda, lleve zapatos más camisa más pantalón por diez mil pesos entonces no podemos competir con los precios

Entrevistador: ¿Pero en cuanto a la calidad y a la tradición?

Entrevistada: entonces acá nosotros trabajamos la calidad que la gente sabe que por ejemplo aquí va a encontrar cuero y la atención también que es personalizada en las grandes tiendas tú tienes que andar buscando, después buscas un vendedor para pagar solamente. En cambio acá la gente es prácticamente la atención es personalizada

Entrevistador: ¿Y cuánto influye la tradición en eso?, porque usted me comentaba que llevaban cien años

Entrevistada: por eso, te ayuda porque la gente se va agradecida que tú le buscas le acomodas, la gente dice “pucha me voy contenta porque encontré” porque saben que lo que andan buscando ellos lo van a encontrar

Entrevistador: de repente es mejor una atención personalizada aunque sea pequeña...

Entrevistada: exacto, porque tú vas a Santiago y tienes que andar, y después te acercas a la caja a pagar y nadie te anda, y tú dices “nadie atiende aquí”... entonces uno a veces necesita por último que te digan “buenos días” que te saluden. Hay gente que viene acá de repente a conversar y dicen “pucha me voy tan contenta, gracias por atenderme, pa la próxima compro, pero se sienten acogidos

Entrevistador: y después deben volver

Entrevistada: exacto

Entrevistador: ¿Es Talagante el principal lugar de comercio en la provincia atrayendo a consumidores de pueblos más pequeños como El Monte, Isla de Maipo, Lonquen, Malloco?

Entrevistada: sí, mucha gente viene de los alrededores, mucha, mucha gente viene de los alrededores porque Talagante sí bien... ya no somos pueblito chico somos provincia y por eso viene la gente de La Isla de Maipo, de El Monte, casi la mayoría tal vez no la de Melipilla... la de El Monte, Isla de Maipo todo eso viene hacia acá

Entrevistador: ¿Usted cree que la comuna podría llegar a ser como Melipilla en cuanto a cantidad de servicios que posee, en su extensión y su cantidad de habitantes?

Entrevistada: yo creo que para allá vamos... el comercio en si ha ido creciendo porque si te das cuenta hasta en los alrededores ya está apareciendo comercio antes era la pura avenida, pero ahora las avenidas que van hacia el costado también se están abriendo negocios. De hecho, nosotros nos vamos a cambiar a otro local que tampoco no es... antiguamente no había nada porque era un sector residencial y ahora se está llenando de locales aquí José Leyán

Entrevistador: ¿Considera que Talagante está siendo utilizado para despoblar Santiago?

Entrevistada: no, no creo

Entrevistador: o sea, igual es visto que hay mayor construcción de casas entonces me imagino que esa oferta también es para la gente que quiere salir de Santiago...

Entrevistada: claro, pero lo que pasa es que acá, uno misma, que yo he sido toda la vida Talagantina y mi mama igual... son los hijos que van adquiriendo casa hacia los alrededores, yo misma por ejemplo he vivido toda la vida en Talagante pero yo ya no vivo con mi mama, entonces yo ya tengo mi casa. Es cierto que llega gente de afuera pero yo creo que es mínima, porque generalmente se le da preferencia a la gente que vive en la misma provincia, que son los hijos, la familia que vive acá en Talagante o que llego a arrendando, y que llevan más años... se les da más preferencia a ellos

Entrevistador: ahora vienen, situaciones no propias de Talagante... ¿Existe un caos vial en la hora *peak*?... que las calles se congestionen

Entrevistada: ah, eso sí, se congestiona cualquier cantidad sobre todo por ejemplo en estas fechas... es que lo que pasa es que Talagante no tiene más entradas, tiene solamente una entrada por ambos costados viniendo de Peñaflores tiene una pura entrada, viniendo de Santiago... bueno ahora tenemos la autopista como alternativa, pero al final es una pura entrada

Entrevistador: ¿Qué soluciones podrían ejecutarse para algo así?

Entrevistada: abriendo otra vía, pero ahí siempre han estado en estudio, ha estado en estudio abrir una vía paralela a Talagante que no sea autopista

Entrevistador: ¿Cree que existe un exceso de vehículos en la comuna?

Entrevistada: el parque automotriz ha crecido mucho,

Entrevistador: ¿Esto se demuestra más en los vehículos particulares o en los mismos de transporte?

Entrevistada: en los muchos colectivos, cuántos colectivos, antes no habían colectivos funcionábamos a pura liebre, ahora se llenó de colectivos, antes estaba la línea 1, ahora la línea 4, la línea 2, la línea 3, el parque automotriz creció bastante, particular y de transporte

Entrevistador: ¿Qué opina que se tomen medidas como la reversibilidad de las vías en hora *peak*?

Entrevistada: bueno, de hecho lo están haciendo acá en Talagante, tomando desde O'Higgins pasado la línea, en la hora *peak* que en la mañana es la hora de los escolares hay una pura vía, para descongestionar en parte y a la hora de las seis nuevamente hay... no parece que de siete a ocho, o de seis a ocho algo por ahí, que también están descongestionando y hacen una pura vía

Entrevistador: ¿Eso tiene que ver con el sentido de la demanda? ¿En la mañana es hacia Santiago y en la tarde hacia Talagante?

Entrevistada: eso, en la mañana por los escolares porque en la entrada de Talagante tenemos dos colegios

Entrevistador: ¿Están los talagantinos adoptando costumbres que vienen de afuera?

Entrevistada: yo creo que somos todos monos al final, somos, sí, porque la gente antiguamente éramos “los huasos de Talagante” por ejemplo yo misma, yo iba a trabajar a Santiago y yo decía “yo vivo en Talagante” y decían “¿oye y como lo haces para llegar acá?” y yo les decía “oye si allá donde vivo yo no es campo” ellos se imaginaban que yo tenía que llegar en una carreta y yo les decía “oye es que ustedes no conocen Talagante”... claro Santiago tiene estructuras que son los edificios todo, pero Talagante es como que vayas a cualquier comuna de Santiago

Entrevistador: hoy se vive una especie de descontrol consumista por parte de los talagantinos durante las fechas comerciales de importancia nacional. ¿Considera que eso es cierto? Como para navidad, fiestas patrias,

Entrevistada: si, la gente se sobre endeuda para esta fecha, o sea como que la gente, son los únicos días y se gastan todo, se sobre endeudan

Entrevistador: por ejemplo en el local, ¿Qué fecha es la mejor?

Entrevistada: pascua, año nuevo, 18 de septiembre y la época escolar... para todas las fechas que son de celebración para esas fechas la gente se sobre endeuda

Entrevistador: ¿cree que existe una carencia de vías para vehículos, para entrar o salir de la comuna?

Entrevistada: si, como le decía yo que se estaba estudiando para hacer una vía alternativa y para que no se congestione la avenida O'Higgins

Entrevistador: ¿Qué medidas podría tomar la autoridad en torno al desarrollo urbano de la comuna? Principalmente ante la construcción masiva de viviendas, el caos vial, y de la falta de vías para el tránsito de vehículos. ¿Qué le propondría a la municipalidad usted para que solucionen este problema?

Entrevistada: sacar los estacionamientos de la avenida principal

Entrevistador: ¿Y eso no cree que los afectaría a los comerciantes?

Entrevistada: pero es que la gente caminaría, sería bueno para el comercio porque la gente caminaría

Entrevistador: ¿Pero consideraría bueno entonces quizá hacer una avenida peatonal?

Entrevistada: bueno tenemos las veredas, pero bueno para esas fechas... mira yo digo basta con que saquen los estacionamientos bastaría...

Entrevista N° 3

Entrevistador: ¿Hace cuánto tiene el negocio aquí?

Entrevistada: cincuenta años

Entrevistador: ¿Usted cómo cree que es el Talagantino en su esencia?

Entrevistada: ¿Cómo?

Entrevistador: ¿Cómo cree que es el Talagantino en su esencia? Sus costumbres...

Entrevistada: sus costumbres... ¿Cómo era o cómo es?

Entrevistador: ¿Cómo es ahora?

Entrevistada: igual que en todos lados: atrevido, insolente, igual que en todos lados, prepotente

Entrevistador: ¿Y considera que esos rasgos son traídos de afuera, o es como propio de acá de Talagante?

Entrevistada: no, lo muestran en la tele, lo enseñan en la tele, como se comporten, que vayan a demandarla a uno, la tele les enseña. Les enseñan como robar, le enseñan todo, la tele enseña pues si te muestran: cómo ponen la bomba, cómo hacen la bomba... todo lo enseña la tele, cachay

Entrevistador: bueno eso es como una primera crítica, ¿Usted considera que... o como cree que ha sido la intención de la autoridad para cambiar quizá esos rasgos que usted menciona de las costumbres de la gente?

Entrevistada: bueno la gente mayor sigue siendo la misma, una gente respetuosa, una gente cariñosa, conversadora amistosa, la gente mayor... la gente nueva, las nuevas generaciones son pencas como en todos lados...

Entrevistador: ¿Usted cree que el mayor equipamiento, la nueva infraestructura, la mayor cantidad de habitantes, son factores que modifiquen esas costumbres de la gente?

Entrevistada: no porque aquí se ha avanzado re poco, fuera de las casas nuevas que se han hecho, ha avanzado muy poco Talagante, si tu miras esto esta hace muchos años igual... después del terremoto uno que otro local y nada mas

Entrevistador: pero, en cuanto también a ese desarrollo del comercio que ha habido en la comuna... ¿Cómo cree que se ve manifestado eso?

Entrevistada: el desarrollo... a ver, todos los locales chicos desaparecen, nosotros estamos aquí porque tenemos de todo, lo que nos pidan hay... pero los locales chicos duran un poquito... duran tres meses y se van

Entrevistador: ¿Considera desigual entonces la competencia que hay con las grandes tiendas?

Entrevistada: ... las grandes tiendas si, las grandes tiendas perjudican a los negocios chicos

Entrevistador: ¿Qué opinión le merecen los cambios que es posible observar en la comuna? Ya sean mayor desarrollo, mayor cantidad de autos...

Entrevistada: mucho auto, mucho, mucho auto... ¿Cambios para mejor dices tú?

Entrevistador: o para peor, eso va a depender de usted

Entrevistada: no, encuentro no más que hay mucho atochamiento de vehículos porque hay mucho auto, pero ya es cosa, problema de la comuna

Entrevistador: ¿Cree que existe un mayor índice de delincuencia actualmente en la comuna?

Entrevistada: si, vienen muchos ladrones de fuera

Entrevistador: ¿De afuera cree usted?

Entrevistada: de afuera,

Entrevistador: ¿De qué zonas cree usted?

Entrevistada: muchos de San Bernardo, Peñaflor... es que aquí es fácil para arrancar, pa San Bernardo, toma aquí, toma ahí... muchos de Peñaflor y de San Bernardo... y de todos lados, para que estamos con cosas si aquí tienen que haber igual

Entrevistador: ¿Tiene algún dispositivo de seguridad en su negocio?

Entrevistada: si, tenemos la una cosa del Talavecino...

Entrevistador: ¿La alarma comunitaria?

Entrevistada: si, esa, una alarma comunitaria

Entrevistador: respecto a los hábitos de consumo, ¿Cree que los consumidores son conscientes de sus derechos? ¿Son buenos para reclamarlos?

Entrevistada: si, lo mismo que te estoy diciendo, si... todos reclaman sus derechos claro, o sea aquí nosotros le damos todas las facilidades para cambiar las cosas pero si en otra parte no hay igual te van a decir: “que devuelva la plata”

Entrevistador: ¿Y cómo se toma esos reclamos usted como administradora o dueña del local?

Entrevistada: mal, mal porque si tú en tu negocio ellos vienen y compran una cosa, un regalo, y después vienen a cambiar el regalo, que devuelvan la plata, no pues no me gusta... un regalo... claro que lo cambien si, que lo cambien por lo que quieran no hay ningún problema... cambios sí, yo, yo le digo a mi gente: “señora usted lo puede cambiar por lo que quiera pero menos la plata porque yo no tengo para anular boletas” yo trabajo a la antigua yo no tengo computador... entonces si ellos vienen a que le devuelva la plata yo pierdo el IVA no más, entonces pero no... pero son pocos... esa gente joven que te estoy diciendo alega, la gente mayor entiende...

Entrevistador: ¿Usted tiene acceso para las tarjetas de crédito en su negocio?

Entrevistada: si

Entrevistador: ¿Cree que estas facilitan el acceso al consumo de bienes?

Entrevistada: si, aquí la gente es bien cuidadosa para ocupar esas tarjetas

Entrevistador: ¿No cree que hay un sobre endeudamiento, una compra masiva de la gente en estas fechas?

Entrevistada: no, la gente compra justito lo que necesita... no, acá no

Entrevistador: ¿La gente se endeuda por reales necesidades o por moda, cree usted?

Entrevistada: si, por necesidades... no, no vienen a comprar por moda, acá no... no es como en Santiago

Entrevistador: ah, ¿Usted cree que eso es propio de Santiago?

Entrevistada: de Santiago, porque acá la gente es tranquila, es igual que en San Bernardo, sencilla, visten sencillo... no pero en Santiago no, andan súper arreglados, el spa y la gimnasia y la no sé qué...

Entrevistador: ¿Considera que la publicidad incita a la gente a endeudarse?

Entrevistada: ¿Cómo?

Entrevistador: ¿La publicidad incita a la gente a endeudarse?

Entrevistada: no creo, no se... no creo

Entrevistador: ¿Si usted ve un comercial en la *tele* de alguna prenda algún equipo electrónico, no le dan ganas de decir yo también quiero ese producto?

Entrevistada: siempre que lo necesite no más... pero hay gente que se compran todo... yo creo que a la gente la incitan a comprar, sí. Porque si te fijas esos niños que andan en esos autos eléctricos, grandes con qué necesidad eso cuando tienes tantas otras cosas, tantas necesidades en la casa, yo veo... y la gente humilde es la que más compra esas cosas. Yo lo encuentro eso bueno para las personas que tienen parcelas ponte tú y pueden andar en un autito... la gente claro y de repente salen con unas cosas grandes, sus televisores, yo creo que la gente clase media es cuidadosa, compra lo que necesita...

Entrevistador: ¿La tarjeta de crédito cree que otorga status al consumidor?

Entrevistada: claro, algunos sacan las tarjetas así, todas, yo creo que ellos se sienten con más status, no es que tenga más status, ellos se sienten con más status

Entrevistador: ¿Y esta deuda mejoraría o empeoraría la calidad de vida?

Entrevistada: es que no pagan... no pagan no más... aquí cuantas veces llaman por teléfono: “oiga necesitamos a tal persona, de tal cobranza... de años... de acá” y ya se han ido cuánto tiempo... no pagan no mas

Entrevistador: ¿Cree que es posible encontrar en la comuna bienes o servicios que antes no existían? ¿En ese punto cree que esta todo igual, o ha habido mayor infraestructura que permita mayores bienes, no se mas tiendas, más servicios de organismos gubernamentales?

Entrevistada: no, eso ha existido siempre, es siempre lo mismo, lo único nuevo que hay que yo noto, yo paso acá en mi negocio y no tengo idea, pero lo único que he visto que del año pasado es que hicieron un liceo de esos nuevos, el liceo nuevo, un liceo bicentenario... ese pero no sé qué otra cosa... bueno han puesto lucecitas, han puesto luces y han puesto plantas en las calles, esas cosas... pero horrible, horrible los quioscos que han puesto en todas las partes, no se ¿anduviste por la calle Balmaceda? Unos que son así que los bajan como una escalera... esos en la calle adonde yo vivo, era una calle bien bonita, bien preciosa, y ahora le pusieron, llenaron una cuadra con esos quioscos, quedo como una feria

Entrevistador: ¿Cree que los negocios tradicionales han perdido espacio o existencia frente a la nueva infraestructura que se ha instalado en la comuna?

Entrevistada: yo vendo igual que siempre,

Entrevistador: En su caso en particular ¿Usted no se ha visto amenazada ni por Dijon, ni por el Fashions Park, por ninguna de esas tiendas grandes?

Entrevistada: no... claro que ellos deben vender mucho más pero, yo tengo otras cosas, mejor mercadería

Entrevistador: la tradición también

Entrevistada: y tengo mucho más surtido que ellos... yo tengo mucho surtido y ellos traen... no yo tengo mejor... por ejemplo ellos podrán tener unos dos colgadores con poleras y yo tengo cuarenta modelos, no tengo hartos pero tengo cuarenta modelos

Entrevistador: y aparte usted cuenta con la tradición aparte si me dice que lleva cincuenta años acá, tiene clientela de...

Entrevistada: aquí saben que hay de todo, uniformes de colegio...

Entrevistador: ¿Usted cree que Talagante es el principal lugar de comercio de la provincia? Atrayendo consumidores de Lonquen...

Entrevistada: sí, eso sí, porque está rodeado de El Monte, la Isla de Maipo, tenemos Peñaflor, Malloco, mucha gente por la delincuencia, por la más comodidad se vienen para este lado estamos como en el centro

Entrevistador: ¿Y considera que Talagante podría ser igual a Melipilla en tanto a su desarrollo comercial y urbanístico?

Entrevistada: no conozco tanto Melipilla... parece que hay mall... van a hacer un mall acá también... ahí en 21 de Mayo, es que con esto de la Bachelet paró todo, se paró toda la cosa, esta señora ha tirado todo pa abajo, los colegios todo, estamos muy mal con ella...

Entrevistador: ¿Usted cree que Talagante está siendo utilizado para despoblar Santiago?

Entrevistada: no, no porque hacen una población y se va la señora que vive con la abuela con la mama, no... ¡ah sí! En las parcelas de agrado sí, pero se están yendo a Lonquen a esas partes, Talagante mismo no... Lonquen, Calera de Tango, esas partes... puede ser mijo, pero mucha gente se está viniendo de allá por el tráfico y todas esas cosas

Entrevistador: quizá acá hay una mayor salud en tanto al estrés porque vivir en Santiago...

Entrevistada: no, si y mayor tranquilidad, porque aquí hay ratos que se mueve harto y después se para, igual que ahora y después *ligerito* se llena denuevo

Entrevistador: ¿Considera que hay un caos vial en la hora *peak* acá en Talagante?

Entrevistada: yo no conduzco, no sé, yo sé que al salir del supermercado de allá cuesta muchísimo llegar a Talagante, como veinte minutos, en las tardes no más... es a ratos cuando salen los niños de los colegios... es que yo creo que como en todos lados...

Entrevistador: ¿Qué soluciones podrían ejecutarse para esto cree usted?

Entrevistada: no sé, abrir otras alternativas de calles, otras alternativas...

Entrevistador: ¿Cree que existe un exceso de vehículos en la comuna?

Entrevistada: si, como en todos lados, si todos, ahora todo el mundo tiene auto

Entrevistador: ¿Pero lo ve más en los vehículos particulares o en los vehículos de locomoción colectiva?

Entrevistada: no, particulares

Entrevistador: ¿Qué opina que se tomen medidas como la reversibilidad de las vías en hora *peak*? Esto de que no puedan entrar por ciertas calles los vehículos

Entrevistada: no sé, se me imagina que es bueno... yo creo que es bueno, en esa no te puedo contestar tanto pero es bueno se me imagina porque descongestiona un poco y como siempre acá circula la misma gente ya lo saben

Entrevistador: tiene que ver con un aprendizaje de la gente

Entrevistada: claro, yo creo que si

Entrevistador: ¿Están los talagantinos adoptando costumbres que vienen de afuera?

Entrevistada: no... aquí sigue siendo la gente... no, sencilla... ¿cómo qué? ¡Ah! Como eso de las brujas, la noche de las brujas... eso sí, de todas maneras se copia todo... en ese tipo de cosas si, en otras cosas no

Entrevistador: ¿Cree que existe un excesivo consumo de artículos para fiestas como Navidad, Fiestas Patrias, Día del Niño?

Entrevistada: no, no creo sabes porque siempre la gente se compra lo que necesita, y le compran al nieto las cositas que necesitan... aquí no por lo menos

Entrevistador: pero en este local por ejemplo ¿Cuál es la fecha con mayor índice de ventas?

Entrevistada: a la entrada de los colegios, toda la temporada, no es que sea un día ni un mes, la entrada al colegio que tú sabes que todos los colegios

Entrevistador: ¿Cree que existe una carencia de vías para el tránsito de vehículos para entrar o salir de la comuna?

Entrevistada: si, eso si eso es lo que yo te decía, tendrían que abrir otras vías para descongestionar... ponte tu hay calles que por cuestiones de... se topan allá, deberían estar abiertas cosa que la gente pudiera tomar alternativas

Entrevistador: ¿Qué medidas podría tomar la autoridad en torno al desarrollo urbano de la comuna? Principalmente ante el ejemplo de la masiva construcción de viviendas el caos vial y la falta de vías para el tránsito de vehículos

Entrevistada: eso digo yo, abrir nuevas rutas alternativas, no puro esta calle

Transcripción entrevistas focalizada:

Entrevista focalizada n°1

Entrevistador: Hola, ¿con que frecuencia vienes a comprar a este lugar?

Entrevistado: eh, una vez por semana

Entrevistador: ¿Por qué prefieres venir acá?, y no ir a otra parte...

Entrevistado: porque me queda más cerca y los precios

Entrevistador: los precios... ¿es tu primera opción entonces para venir?

Entrevistado: si la primera opción de ir a comprar

Entrevistador: ¿tú crees que venir al centro a comprar es un panorama familiar?

Entrevistado: eh, si puede ser uno puede venir con la familia a comprar distintas cosas, se encuentra de todo acá

Entrevistador: ¿el centro lo utilizas como un lugar de encuentro? Como para venir a comer, para reunirse...

Entrevistado: si, particularmente para comer

Entrevistador: ¿la oferta que hay acá en Talagante en el centro, de bienes, servicios, es suficiente? ¿Es necesario salir a otros lados a buscar ciertas cosas?

Entrevistado: considero que si es necesario, particularmente a Santiago, a estación central, a los malls, a ese tipo de lugares

Entrevistador: ¿y qué tipo de cosas hacen falta?

Entrevistado: por ejemplo más tiendas de ropa, eh, un cine por ejemplo que es como una forma de reunirse o locales de comida más conocidos, y ese tipo de situaciones

Entrevistador: ¿tienes tarjeta de crédito?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿Por qué no?

Entrevistado: porque no las encuentro necesarias

Entrevistador: y en general ¿consideras que es fácil obtenerlas?

Entrevistado: si es muy fácil obtenerlas

Entrevistador: ¿se debiera hacer un control mayor? Una mayor evaluación

Entrevistado: si, totalmente porque hay mucha gente que no tiene conocimientos económicos y tiene tarjeta de crédito y generalmente se endeuda con las tarjetas

Entrevistador: ¿la gente cree que las deudas son el camino más fácil para mejorar su calidad de vida?

Entrevistado: eh, no sé si es el más fácil, pero es más cómodo, más directo, más sencillo, no sé si lo ocuparán por si es por más comodidad

Entrevistador: ¿la gente se endeuda por moda o por necesidad real?

Entrevistado: yo creo que por moda, las necesidades reales son bastante pocas pero el consumismo nos hace ir comprando cosas que en realidad no necesitamos y día a día vamos consumiendo cada vez más

Entrevistador: y de repente ¿los que más se endeudan quiénes son? ¿Los más pobres?... los más...

Entrevistado: los más pobres, sentimos que necesitamos más cosas de las que realmente necesitamos

Entrevistador: y ahí de repente ¿hay influencia de la publicidad, de lo que te muestran?

Entrevistado: si, la publicidad, televisión, comerciales todo ese tipo de marketing uno va cayendo en ese juego

Entrevistador: acá en el centro de Talagante, ¿la nueva infraestructura que se ha construido, ha hecho que se pierdan los negocios tradicionales?

Entrevistado: si, totalmente, está muy centralizado entonces uno recorre simplemente una calle, ve los locales que están ahí y no ve nada a su alrededor

Entrevistador: ¿y los negocios tradicionales, logran... están logrando adaptarse? En el sentido de traer las tendencias de la moda, saber que la gente paga con tarjeta

Entrevistado: yo creo que ya han conseguido actualizarse con el tema de las tarjetas y ese sentido, pero en general acercarse más al centro (lograr que la gente) más que nada, porque más que eso

Entrevistador: acá en el centro ¿qué tipo de personas son las que más transitan o las que más utilizan... los jóvenes, los más adultos? ¿Qué es lo que se ve?

Entrevistado: se ve de todo en realidad, depende del local uno va a ver más jóvenes, y más mayores, adultos, niños, familia...

Entrevistador: entonces ¿se utiliza dependiendo de lo que necesite cada uno? Para venir a vitrinear, caminar

Entrevistado: si, a pasear

Entrevistador: ¿la gente que ha llegado de afuera a Talagante ha generado alguna... tú crees que ha generado algún cambio en las costumbres típicas del Talagantino? ¿O vienen y se adaptan?

Entrevistado: si yo creo que más se adaptan que generan un cambio además como hay varios eventos aquí como talagantinos y fiestas y ese tipo de situaciones es bastante difícil cambiar eso, uno esta como más arraigado se podría decir

Entrevistador: ya pues, muchas gracias por tu tiempo.

Entrevista focalizada n° 2

Entrevistador: hola, ¿con qué frecuencia vienes a este lugar a comprar?

Entrevistada: eh, como una vez a la semana algo así

Entrevistador: ¿y por qué prefieres venir acá?

Entrevistada: porque encuentro cosas que en ninguna otra parte encuentro y tienen productos exclusivos

Entrevistador: ¿el único lugar de este tipo acá en Talagante?

Entrevistada: es el único lugar que yo conozco en que venden cosas vegetarianas y cosas veganas y cosas así como medicinales naturales

Entrevistador: ah ¿también hay de eso?

Entrevistada: también hay de eso

Entrevistador: ¿tú crees que venir a comprar al centro es un panorama familiar?

Entrevistada: eh, más que familiar, como juvenil lo encuentro, no es tanto así como “ay, vamos a comprar al centro” así como cuando te vienes como en la adolescencia que vas a los videos, *cachai* por ejemplo ves en la plaza a cabros jóvenes andando en patineta en bicicleta *cachai*

Entrevistador: ¿entonces el centro lo utilizas como un lugar de encuentro?

Entrevistada: si, de encuentro, de vitrinear, de *jotear*, de conocer gente

Entrevistador: ¿la oferta que hay acá en Talagante de bienes y servicios es suficiente?

Entrevistada: eh, o sea yo encuentro que si pero no como de cosas más básicas, encuentro que por ejemplo se necesitan establecimientos educacionales de mejor calidad, por ejemplo casi siempre toda la gente de Talagante va a estudiar afuera o también, no hay tanta oferta de trabajo también van todos a trabajar a Santiago, oferta de salud, también muchos van al doctor a Santiago, porque en Santiago hay más especialistas... como que se tiene el concepto de que en Santiago están los mejores doctores que acá en Talagante, y eso a la vez también influye en que la provincia no se pueda seguir desarrollando porque si tu necesitas algo y vas a invertir en Santiago solo haces que Santiago siga creciendo

Entrevistador: ¿tú tienes tarjetas de crédito?

Entrevistada: no

Entrevistador: ¿por qué no?

Entrevistada: porque no me gustan, me cargan, es como tener un diablo hablándote invitándote a hacer un pacto constantemente

Entrevistador: ¿consideras que es fácil obtenerlas entonces? ¿Crees que debiera ser, existir mayor evaluación?

Entrevistada: ¿si siento que?

Entrevistador: que es necesario que las instituciones financieras evaluaran mejor o más, pusieran más trabas, lo hicieran más difícil

Entrevistada: no yo no creo que debieran hacer más trabas porque igual la decisión de endeudarse y tener una tarjeta de crédito es de cada gente a veces si se necesita por ejemplo no sé, si necesitas remedios, si necesitas una tarjeta Cruz Verde que te dé el crédito pa comprártelos, no *podí* decir “ay no, no necesito estos medicamentos” entonces yo creo que no es la mano así como poner más trabas y, si... no se... más educar...

Entrevistador: ¿tú crees que la gente cree que las deudas son el camino más usado para mejorar su calidad de vida?

Entrevistada: eh, si, es el camino más usado, muy usado

Entrevistador: ¿la gente entonces se endeuda por moda o por necesidad real?

Entrevistada: o sea, yo creo que necesidad real difícil, cachai, o sea porque para mí por ejemplo lo que es necesidad, necesidad las tenemos cumplidas, cachai, yo encuentro que es difícil aquí en Chile con el nivel de desarrollo que tenemos ahora

morirse de hambre por ejemplo, no sé, en último caso puedes buscarte la forma. reciclar, no se cartonear, siempre va a haber la forma de arreglártelas no es como que “me tengo que endeudar para no morir de hambre” pero si te *endeudai* porque hay no sé cómo que con esta cuestión del internet de que todos tengan Facebook y de que todos tengan como acceso a la información a la comunicación, el consumo simbólico hace como que tu *consumai* mas, porque tu *necesitai* acceder a un status, como a una forma de vida que te dicen los demás que esa es la forma de ser feliz, por ejemplo yo lo veo en el Facebook de que toda la gente cuando publica cosas, publica cuando gasta plata, así como “voy a un restaurant, necesito sacar una foto a la comida que compre, voy a la playa entonces necesito sacarle fotos a las vacaciones que pague, me compre un auto entonces necesito sacarle una foto al auto y compartirlo con todos los demás y como decir *puta* yo también tengo acceso a estas *weas*” *cachai*, pero yo encuentro que es una cosa de la sociedad como que entre todos nosotros nos metemos eso en la cabeza como si nos pudiéramos poner de acuerdo y darnos cuenta dejaríamos de ser tan *weones* y gastar plata y endeudarnos en *weas* como una tele gigante

Entrevistador: ¿Quiénes son las personas que más se endeudan? El tipo de persona que más se endeuda

Entrevistada: las personas que están disconformes con su vida que están insatisfechas y que necesitan rellenar vacíos con cosas materiales

Entrevistador: acá en el centro de Talagante se ha construido nueva infraestructura, ¿tú consideras que esa infraestructura hace que se pierdan los negocios tradicionales? O la tradición en si misma de la comuna

Entrevistada: pucha, yo no sé mucho de la tradición de la comuna, encuentro que la comuna se echa a perder por otras cosas como porque la contaminan mucho, por ejemplo las chancherías *cachai* ese tipo de cosas como que echan a perder la comuna, el comercio en general no encuentro como que la eche a perder, como que ayuda a que surja y progrese la comuna en general lo que sí, que ahora ultimo han llegado muchos supermercados y grandes tiendas que le han robado gran protagonismo a los negocios chicos,

Entrevistador: ¿y los negocios tradicionales logran adaptarse a esos nuevos tiempos?

Entrevistada: no pos esa es la otra cuestión que los negocios chicos nunca tienen lo que tu *estai* buscando, por ejemplo tú te vai a la segura si vai a un supermercado y si no *encontrai* lo que *estai* buscando vai a encontrar un reemplazo en cambio en un almacén tu nunca podi decir “no si estoy 100% segura que en este almacén voy a

tener pan de completo” si no que te *arriesgai* a tener que estar caminando diez cuadras buscando almacén por almacén lo que tu *queri* si es algo específico

Entrevistador: ¿acá en el centro cual es el tipo de persona que más se ve que viene a consumir que viene a ocupar el centro?

Entrevistada: yo encuentro que el centro de Talagante está lleno de *pokemones*, de cabros jóvenes que piensan que el centro es como una pasarela esa es como mi visión

Entrevistador: ¿se vienen como a exhibir?

Entrevistada: eh, si como a exhibir, a mirar *cachai*, como parte de los rituales de ahora

Entrevistador: ¿entonces esas serian como las conductas más típicas que se ven en el centro?

Entrevistada: a ver, es que igual el centro se hace de muchas cosas, se trabaja, se roba, hay gente que duerme también comer, pasear, distraerse no se po, eventos.

Entrevistador: finalmente, ¿la gente que ha llegado desde fuera de Talagante acá a la comuna, trae consigo cierta influencia en las costumbres del Talagantino? ¿Logra cambiarlas, logra modificarlas en algún sentido?

Entrevistada: no se no conozco a nadie como que haya venido desde fuera a Talagante que yo pueda decir ha tenido esta influencia, y tampoco siento que Talagante este siendo influenciado por otros... ¿es que en verdad sabes qué? No siento que Talagante tenga como una cultura propia, como decir “esto es la cultura de Talagante y esta es la santiaguina” por así decirlo y sino que es como parte de la misma cosa,

Entrevistador: Es como lo mismo,

Entrevistada: Si yo siento que ya es parte de lo mismo.

Entrevista focalizada n° 3

Entrevistador: ¿con que frecuencia vienes a este lugar a comprar?

Entrevistado: vengo un par de veces a la semana

Entrevistador: ¿por qué prefieres venir acá?

Entrevistado: prefiero venir porque aquí uno puede encontrarse con su familia...

Entrevistador: ¿sí?

Entrevistado: si es que paso a ver a mi familia que viven cerca de acá y encuentro productos mucho más baratos que en otras partes de la comuna y bueno, en particular las verduras son más baratas que en gran parte de Chile... entonces aquí esta lo más barato de lo barato

Entrevistador: ¿tú crees que venir a comprar al centro es un panorama familiar?

Entrevistado: si yo vengo siempre con mi pareja o con mi abuelita que la acompaño a comprar, o antes venía con mi abuelita y mi tata y veníamos a comprar a la feria todas las provisiones para la semana

Entrevistador: ¿el centro lo utilizas como un lugar de encuentro con otras personas?

Entrevistado: Eh no mucho, la verdad es que uso más la forma de encuentro en alguna casa o algo así, porque no somos de andar mucho en la calle con mis amigos somos más de casa, somos todos bien caseros pero por lo general cuando andamos con mis amigos nos juntamos en algún lugar y salimos a recorrer, a perversear...

Entrevistador: ¿Tú crees que en Talagante existe una oferta de bienes y servicios suficiente? ¿Es necesario ir a otras localidades a buscar ciertas cosas?

Entrevistado: Yo encuentro que esta lo necesario para vivir y los servicios para salir de las urgencias por ejemplo el hospital no tiene muchas cosas pero tiene lo necesario para no morirse entonces encuentro que uno puede vivir acá tranquilamente como la gente de pueblo solía vivir antes, no soy muy de la idea de tener todos los servicios a manos porque eso introduce cosas que no son necesarias para el 90% de la gente, por ejemplo no se tener un especialista en medicina alternativa para eliminar las toxinas del cuerpo para cuando uno se droga con cocaína, encuentro que eso no es necesario para el 90% de la gente

Entrevistador: ¿Tú tienes tarjetas de crédito?

Entrevistado: Si

Entrevistador: ¿Más de una?

Entrevistado: Si pero son, no las uso mucho...

Entrevistador: ¿Consideras que es fácil obtener las tarjetas de crédito?

Entrevistado: Yo encuentro que para el común de la gente es fácil a una cierta edad, cuando uno es joven y tiene mucha limpieza económica después cuando uno las

necesita si por ejemplo uno ya tiene familia y están muy sobre endeudados ya no le dan ningún crédito en ninguna parte

Entrevistador: ¿Crees que quizá debiera ser un poco más difícil el hecho de obtenerlas?

Entrevistado: Yo encuentro que debería ser más difícil en el segmento etareo donde es más peligroso que las tenga porque cuando una persona ha salido recién de la universidad y no sabe cómo es el mundo laboral es muy difícil que sepa cuánto va a ser lo que puede gastar y cuánto va a ser lo que nunca va a poder pagar, y si al momento de salir de la universidad ya estai sobre endeudado es muy difícil que te ayude

Entrevistador: ¿En qué tipo lugares las utilizas tú? ¿Las usas mucho?

Entrevistado: Yo las uso principalmente para comprar por internet cosas que no hay en chile, en chile ocupo más tarjeta de débito, pero ahí gasto solamente la plata que tengo eso es lo bueno de las tarjetas de débito, con las tarjetas de crédito uno gasta lo que no tiene en el caso de las tarjetas de crédito igual las gasto responsablemente siempre las pago al momento de... y solamente las uso para canjear los puntos en productos ingleses o gringos

Entrevistador: Existe una idea general que las deudas son el camino más fácil para mejorar la calidad de vida... ¿qué crees tú?

Entrevistado: Yo encuentro que, que sí, que lamentablemente el común de la gente no tiene para darse los lujos... lujos tan básicos como una tele, igual es necesario endeudarse, muchas veces uno se endeuda...

Entrevistador: ¿Ven la oportunidad en la tarjeta?

Entrevistado: Ven la oportunidad y también muchas veces la necesidad, por ejemplo una persona que tal vez en su grupo familiar puede comprarse una tele tal vez no lo puede hacer porque su hija es enfermiza y tiene que comprar muchos remedios al mes, o tal vez no sé, muy poca gente lo hace por realmente necesidad así qué *onda* que no va a poder sobrevivir, pero en realidad con el ritmo de vida así consumista que tenemos es muy difícil ser alguien si se consume poco, como que te excluyen en la sociedad así como en el colegio tú no eres nadie si no tienes teléfono, cuando hace 10 años atrás nadie tenía teléfono ahora ya es muy difícil

Entrevistador: ¿Entonces la gente se endeuda por un afán de integrarse por un afán de moda más que porque necesite de verdad lo que consume?

Entrevistado: Si yo encuentro que es como una moda pero también es como algo necesario no lo veo que lo haga uno por lujo, la sociedad lo obliga es muy difícil no ser discriminado por ser pobre o por no tener televisor con pantalla plana o Smart tv

Entrevistador: ¿Entonces quiénes son los que más se endeudan? ¿Qué tipo de gente?

Entrevistado: Yo encuentro que todos, pero yo encuentro que los pobres se endeudan más obviamente pero más que los pobres en sí, yo encuentro que los jóvenes, porque los jóvenes no tienen la suficiente madurez para comprender que los hechos tienen sus consecuencias y tal vez cuando están en la universidad ven que todo es solucionable en la vida y no es así

Entrevistador: Acá en Talagante se ha construido nueva infraestructura comercial, ¿tú crees que esta infraestructura ha hecho que los negocios tradicionales pierdan terreno, pierdan espacio?

Entrevistado: Yo creo que sí, que tanto los negocios como la residenciabilidad de Talagante ha ido perdiendo terreno también las áreas verdes todo eso, se ha dejado todo por tener o por ser más Santiago que Talagante... encuentro que no hay muchas obras o mucho interés en mantener lo que es tradicional *onda* es muy difícil encontrar un local *onda* si tú quieres salir a comer vas a comer al Delystop donde te sirven comida gringa, ya no hay lugares o picadas en que comas así como cazuela o que sean así como bien catalogadas tu *teni* que ir a uno de esos *sucuchos* en donde te ofrecen alcohol y como colombianas vendiéndose, colombianas de mala reputación para poder encontrar cazuela, o alguna comida tradicional como que lo contraste con Isla de Maipo o no sé con Pomaire, me gustaría que Talagante siguiera siendo como Pomaire, que te pudieras comer una empanada gigante, de pino normal así como natural

Entrevistador: ¿Y que eso sea como la atracción del lugar?

Entrevistado: Sí, encuentro que aunque igual uno se hace adicto así como a ir a comer al Doggis un “maxicombo” con un amigo una vez al mes aunque sea más barato no es lo ideal encuentro que la comida tradicional es lo que nos destaca por sobre el resto, Talagante tiene que seguir siendo campo encuentro que si nos transformamos en Santiago nunca vamos a poder o a saber cómo tener el turismo, la atracción turística vamos a ser como un lugar más de...

Entrevistador: Como una comuna mas no mas

Entrevistado: Como una comuna más del montón, encuentro que uno admira entonces comunas como Isla de Maipo o El Monte que han sabido mantenerse, ya Talagante está transformándose como en un Melipilla de las comunas que realmente son rurales

alrededor de Talagante y son residenciales también porque al final Talagante con la llegada del metro, o sea del metro tren ya es más difícil verlo como algo residencial sino como algo como una metrópoli

Entrevistador: ¿Los negocios tradicionales logran adaptarse a estos nuevos tiempos?

Entrevistado: Encuentro que es muy difícil que se vayan adaptando, por ejemplo mi abuelito era zapatero, y fue el último zapatero... bueno ahora queda otro zapatero más pero en su tiempo le costó mucho enfrentar la crisis cuando llegaron los zapatos chinos, como que tuvieron que... en ese sentido se tuvieron que... murieron muchos zapateros... o sea murieron en el sentido de que se acabaron sus puestos pero ahí algunos se mantuvieron pero igual yo encuentro que no con el esplendor que tenían antaño encuentro que son como un lugar... no se

Entrevistador: ¿Como un lugar raro?

Entrevistado: Un lugar raro y donde acude muy poca gente, es como si se te echa a perder un zapato tú vas y te compras otro zapato

Entrevistador: Es más fácil

Entrevistado: Y lo mismo pasa con la gente que vende ropa, así como que uno no encuentra gente que venda ropa hecha en casa en producto chileno, pura ropa importada. En ese sentido a lo mejor los locatarios que son de la misma familias han sabido adaptarse y vender cosas de afuera también, pero se ha perdido la esencia, prácticamente se han transformado en la empresa de afuera

Entrevistador: ¿Qué tipo de personas y para que usan más cotidianamente el centro?

Entrevistado: Encuentro que el centro se usa como, como una pasarela así como para exhibirse, encuentro que se ve harta gente que sale a... bueno que tampoco es una actitud muy alejada de lo que era en antaño la gente igual se conocía en las plazas pero igual esta como más adaptado a nuestros tiempos, todo está como más... como que el conocerse tiene que ver más con el consumismo, salir a mostrar tus cosas

Entrevistador: Exponer lo que compras

Entrevistado: Como que ahora uno sale y son puras modelos de pasarela que van pasando por una calle no es como antes que tal vez te saludabas te conocías, ahora ya no conoces a nadie, ahora solamente ves a la gente pasar y lucirse, *onda* dices “oh, la niña que es bonita” o “como esta vestida así brutalmente” pero ya no hay ninguna opción de conocer a nadie o no es como el lugar en que uno conocía a la gente o saludaba a la gente

Entrevistador: ¿Tú crees que acá en Talagante se genera una influencia por parte de la gente que ha llegado desde afuera, en el sentido de las costumbres...?

Entrevistado: Encuentro que sí, Talagante está muy abierto a recibir gente de otros lugares, así como gente de clase media emergente, por eso que han hecho harta residencia cosas así, encuentro que se han introducido también sus costumbres y sus necesidades por ejemplo a nadie nos molestaba el olor a chanco y ahora están luchando por erradicarlo así como... igual es algo correcto pero nosotros como talagantinos siempre lo pasamos por alto, lo mismo con los zancudos, todos los bichos. Resulta que la gente también le molestaban las vaquitas así y tuvieron que restringir los animales que andaban en la calle porque a la gente le molestaba porque encontraban que eran poco salubres, y encuentro que eso va a pasar con muchas cosas, con la feria incluso uno ve como un nivel más alto de higiene que antes no existía como que uno traía las papas de la tierra a la venta, ahora se ven papas prácticamente el nivel de sanidad que tienen en el líder, en el supermercado y lo mismo pasa con muchas cosas *onda* las gallinas uno las veía pasar por la calle y ahora no están todas en sus jaulitas ordenadas

Entrevistador: Se pierde la parte rural del asunto

Entrevistado: Claro... muy pocos puestos venden gallinas ahora, de hecho uno no más, en cambio antes toda la cuadra se vendían gallinas, se vendían huevos de gallina, gallina de casa no huevos importados y es bastante triste

Entrevistador: Bueno muchas gracias

Registros de observación:

Observación numero 1: Esquina Calle José Leyán con Avenida Bernardo O'Higgins sumada a caminata de dos cuadras en torno a la misma esquina.

Qué observar	Registro:
Dinámicas propias	
Situaciones excepcionales	
Flujo de consumidores	
Tránsito de personas no consumidoras	

Descripcion del escenario a observar:

En la cuadra recorrida se encuentra una tienda de zapatillas, una tienda de ropa que además incorpora muebles, la tienda ABCDIN, un restaurant de sushi, una perfumería, una carnicería, una tienda de mochilas, el banco Santander, una tienda de alimentos vegetarianos, la tienda Dijon, una tienda de ropa interior, la oficina de la Caja de compensación Los Andes, y una tienda de zapatos y zapatillas.





Registro de la observación:

La observación comienza a las 19:00hrs, del día 20 de Octubre de 2014

A partir del inicio de la caminata se observa una mayor cantidad de mujeres que de hombres

Se ven mujeres con niños

Existe una tendencia mayoritaria a transitar y vitrinear siendo escaso el consumo que se realiza, se observan las vitrinas, se incita a mirar si es que son parejas

Justo afuera de la tienda ABCDIN hay un carrito de maní que inunda el lugar con su olor

Además al lado del carrito aunque más cerca de la entrada de la tienda se ubica una captadora de tarjeta de crédito de la misma tienda

A la salida de la tienda Dijon se encuentra una promotora de la tienda, que si bien no capta clientes para alguna tarjeta de crédito, si lo hace entregando volantes de la tienda.

Los locales que cuentan con ropa juvenil y que no son ni ABCDIN ni Dijon, ponen música fuerte para llamar la atención de los transeúntes además de que sus vendedores intentan atraer a la poca gente que circula a esa hora.

19:20hrs, se opta por tomar ubicación a la salida del Banco Santander y observar desde un lugar fijo.

El tránsito a esta hora ya tiene un ritmo menos frenético que en la hora *peak*

Es evidente la gran presencia de oferta de locomoción colectiva, lo cual podría incluso catalogarse como sobreoferta, situación que podría incluso inspirar futuras investigaciones.

El vendedor de maní baila con la música de la tienda que está al lado de su ubicación, consiguiendo que algunas personas se detengan a mirarlo

La entrada de las tiendas ABCDIN y Dijon cuentan con publicidad sobre liquidaciones y avances de temporada, al ir a observar sus interiores, se contabilizan 6 personas en ABCDIN y 8 en Dijon, lo que tal vez podría explicarse por el horario.

Además los vendedores demuestran agotamiento y quizá deseo de irse a sus casas a descansar.

Continua siendo mayoritaria la presencia de mujeres al momento de observar, y cuando estas transitan con niños son los niños los que intentan observar lo que se presenta en las vitrinas, al ser llamada su atención.

El lugar en que se sienta el observador, es utilizado por más gente para sentarse a esperar locomoción, o simplemente a descansar, en este instante hay 2 personas más sentadas, en apariencia ambas personas serian de la tercera edad.

19:30 La carnicería que se encuentra en la esquina opuesta comienza a bajar sus cortinas

Los quioscos que se encuentran en las veredas norte y sur de la Avenida Bernardo O'Higgins también comienzan a guardar sus revistas y diarios

En la vereda poniente de la calle José Leyán se ubica el banco estado, un centro médico, un ciber café que cuenta con gran cantidad adicional de servicios, una entrada para una galería comercial, una tienda de insumos computacionales y una tienda de mochilas en la esquina con Bernardo O'Higgins

En estos locales se visualiza solo a un par de personas saliendo de la galería, y a un hombre joven observando la vitrina del local de insumos computacionales.

Los vendedores de la tienda de mochilas salen a observar un poco el tránsito de personas en la calle y comienzan a bajar sus cortinas también.

La calle José Leyán es más bien utilizada como estacionamiento el tránsito de personas se da más por la calle principal que es Bernardo O'Higgins

19:40 se da término a la observación

Observación n° 2: Esquina Calle Balmaceda con Bernardo O'Higgins, Hipermercado Lider

Qué observar	Registro:
Dinámicas propias	
Situaciones excepcionales	
Flujo de consumidores	
Tránsito de personas no consumidoras	

Descripción del escenario:

En esta esquina se encuentra el Hipermercado Lider, a un costado una Farmacia Ahumada, además de un kiosko de diarios y revistas, un carro de venta de paltas y tomates justo al lado de la salida del Hipermercado, un carro de venta de maní de variados frente a la salida de la farmacia, además de un stand de contratación del servicio de televisión por cable DIRECTV.





Registro de observación:

La observación se inicia a las 18:00hrs. Del día lunes 10 de noviembre de 2014

Desde el interior del Hipermercado Lider se observa que gran parte de la gente sale con bolsas con los elementos necesarios para tomar once, tales como, pan, cecina y/o lácteos

Se realiza un conteo experimental de personas, donde se contabilizan 70 hombres, 130 mujeres y 23 niños, así mismo se visualiza la tendencia de que la mayoría de las personas que ingresan al Hipermercado, lo hacen en familia, en segunda instancia están las parejas, luego los hombres solos siendo casi nula la existencia de mujeres solas entrando al mismo.

Por momentos la esquina es más de tránsito de personas por fuera que de gente consumiendo

Se ve a escolares transitando hacia el oriente de la comuna, hacia donde existe una de la agrupación de villas más grande de la comuna, pensando también que la mayoría de los colegios se ubica o en el centro o hacia el poniente de la comuna.

El tránsito vehicular es intenso en la esquina en un solo sentido porque se ejecuta la medida de orientarlo dando preferencia a la gente que está ingresando a la comuna, lo que igualmente congestiona las vías adyacentes por la gran presencia de locomoción colectiva en la comuna.

Se visualizan varios encuentros entre personas en la esquina, tanto casuales como pactados a través del teléfono. Los casuales se hacen notar con las expresiones a alto

volumen de los involucrados. La esquina posee este uso pensando que el Hipermercado es un “hito urbano” dentro de la comuna.

En la salida lateral se aglomera la gente que sale del Hipermercado y toma locomoción colectiva, en este momento hay 6 mujeres, 3 hombres y 3 niños, donde los 3 hombres y 2 de las mujeres tienen bolsas del Hipermercado en sus manos

Se realiza un conteo a lo largo del periodo de observación y se registran 13 personas que transitan en bicicleta por la esquina de las cuales 6 estacionan sus bicicletas en la varanda junto a mí e ingresan al Hipermercado

Transita gente con bolsas de otros locales, principalmente bolsas pequeñas

A las 18:40 se vive la mayor aglomeración de gente en el puesto de paltas y tomates, donde 6 personas rodean a la señora vendedora y se van comentando al terminar la compra.

Sigue siendo el pan y las cosas que se utilizan para tomar once lo que predomina en las compras.

Se acerca un nuevo vendedor ambulante a las cercanías de la ubicación de observación, con chaparritas, dobladas, pasteles, “chilenitos”, berlines.

18:50 se termina la observación.

Observación número 3: Feria libre ubicada en calle Francisco Chacón

Qué observar	Registro:
Dinámicas propias	
Situaciones excepcionales	
Flujo de consumidores	
Tránsito de personas no consumidoras	

Descripción del escenario a observar:

La feria cuenta con una gran extensión que abarca 6 cuadras formando una letra L siendo recorrida en su totalidad al momento de observar

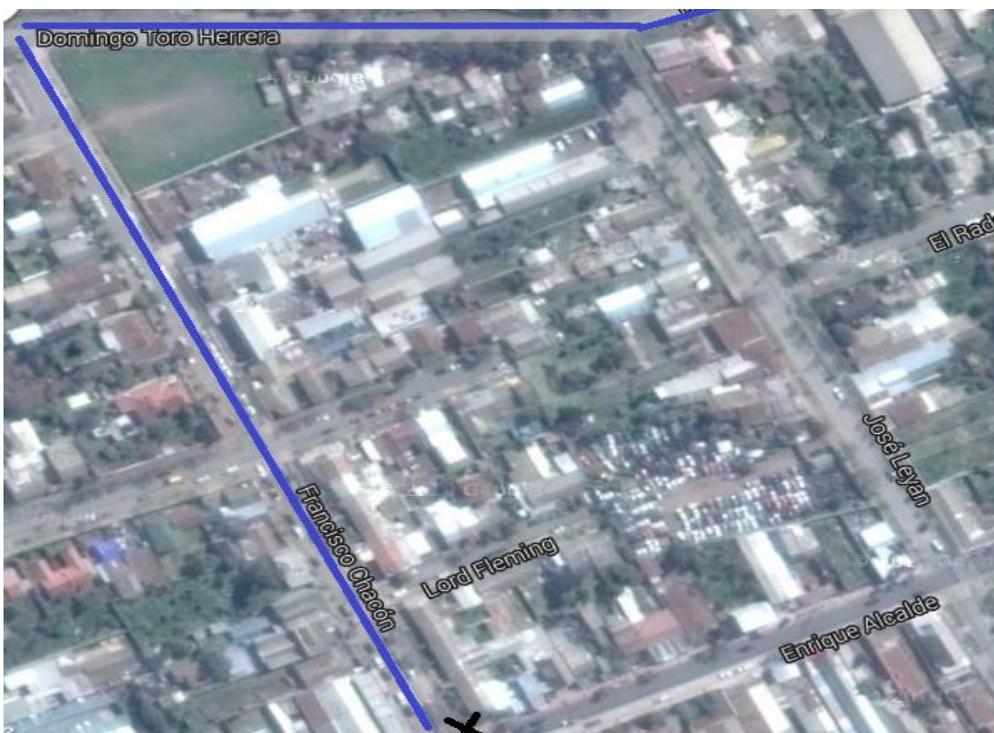




Imagen referencial

Registro de observación/transito

El transito se realiza a través de la feria ubicada en la calle Francisco Chacón y la calle Domingo Toro Herrera

Esta feria se asienta en dicho lugar los días martes, jueves y domingo, siendo los dos últimos los días en donde son mayores los trastornos viales y los flujos de personas en su interior y en sus alrededores

El recorrido se inicia a las 11:50 de la mañana, horario en que se encuentra repleta la feria.

Al caminar se visualiza rápidamente la tendencia de que los compradores son personas adultas o de la tercera edad. Esto debe ser por la responsabilidad de realizar el almuerzo o de proveer de fruta y verdura una casa para el resto de la semana.

En este mismo sentido, la tendencia de personas diferenciadas por sexo, da cuenta de la mayoritaria presencia de mujeres

Existe muy poco joven al interior de la feria comprando, pero si existe una gran cantidad de jóvenes trabajando en los puestos, tanto en los de la feria, que podrían ser considerados como ayudantes de su familia, como también en los puestos de “coleros” al final de la feria.

Existe una gran capacidad de dialogo al momento de la atención en los puestos, demuestra costumbre de comprar en los mismos lugares, además de la forma característica que poseen los feriantes para ofrecer y vender sus productos.

Se aglomera mucha gente por el lento transito que debe realizarse observando y cotizando precios

En el sector de la feria propiamente tal toda la gente compra algo, acá no existe el vitrineo, si existe en la parte de los “coleros” o “feria de las pulgas”

Llegando hacia el final de la feria propiamente tal, existen puestos de comida con música a alto volumen

El olor a fritanga inunda la esquina de Francisco Chacón con Domingo Toro Herrera

Es en esta esquina donde se cambia de “escenario” y se pasa a la “feria de las pulgas” propiamente tal

Existe una gran cantidad de “coleros” que duplican la extensión original de la feria propiamente tal.

La variedad de productos en esta “feria de las pulgas” va desde libros nuevos y usados, hasta la presencia de electrodomésticos usados y mascotas en sus jaulas y en aparente buen estado.

En este sector existe vitrineo, y principalmente transita en ella gente que no tiene compras realizadas en la feria propiamente tal

Transitan jóvenes y personas adultas, mayormente parejas jóvenes.

Se llega hasta el final de este sector donde casi no transita nadie y existen puestos de sopaipillas, empanadas y transitan vendedores de berlines y dobladitas en bicicletas o triciclos.

12:35 Se realiza el tránsito de vuelta hasta la esquina de Francisco Chacón y Enrique Alcalde a través del centro de la comuna, para poder visualizar que tanto afecta la feria al volumen de consumo en el área comercial.

Es evidente la escasez de personas a través del recorrido por el centro comercial de la comuna.

Las pocas personas que se visualizan realizan solo un tránsito a través de la arteria principal de la comuna, poco consumo propiamente tal

El transito también es escaso

El recorrido de regreso se hace fluido y rápido

Al volver a la esquina mencionada se observa el transito aglomerado de personas entrando y saliendo a la feria propiamente tal y el trastorno vial que esto provoca al acumularse la gente esperando transporte, ya sea de colectivo o de micros.

Cabe señalar que justo antes de esa esquina existe un “lomo de toro” que hace aún más lenta la llegada de los vehículos a la entrada de la feria, generando atochamientos de varias cuadras.

13:10 se da término a la observación recorrido.

Observación número 4: Hipermercado Lider: Lunes 5 de enero 17:50.hrs

Se toma la misma ubicación de la vez anterior, se busca reafirmar los patrones de conducta que se visualizaron en la primera instancia de observación, realizando un ingreso al Hipermercado luego de minutos fuera del mismo.



Qué observar	Registro:
Dinámicas propias	
Situaciones excepcionales	
Flujo de consumidores	
Tránsito de personas no consumidoras	

Descripción del escenario:

En esta esquina se encuentra el Hipermercado Lider, a su salida una Farmacia Ahumada, además de un kiosko de diarios y revistas, una bicicleta de venta de paltas

y tomates justo al lado de la salida del Hipermercado, sumado a un carrito de venta de golosinas y también un par de jóvenes que tocan música clásica con sus instrumentos.

Registro de la observación:

Los rayos del sol generan un calor que incita a no transitar por las calles que se observan, sin embargo aquellos que protagonizan el día a día de la comuna son los que a pesar de las condiciones nos entregan un escenario apto para la observación.

Cuando se llega al lugar el flujo de personas no es demasiado alto como se ve en la imagen

Se observa que todo flujo es bajo a excepción del de la locomoción colectiva y los automóviles particulares que siguen a gran ritmo con la reversibilidad de vías incluida por la principal arteria de la comuna con el flujo vehicular solo en dirección hacia el poniente.

Los jóvenes tocan sus instrumentos y suena una canción de música clásica, alguna sonata o sinfonía quizá, amenizando el paso de los pocos que transitan por la calurosa vereda.

Son pocos los que demuestran ponerles atención y menos aun los que se acercan a dejarles algún estímulo monetario.

La entrada al Hipermercado se visualiza con mayor cantidad de mujeres y parejas, siendo un día lunes en plenas vacaciones escolares no se logra observar mucha gente joven.

La salida principal a esta hora expone que el consumo dentro del establecimiento comercial se basa en los artículos para tomar once, con pequeñas bolsas y consumo de golosinas justo a la salida.

Por la salida lateral es que salen las personas más cargadas con carros llenos de bolsas y compras de productos grandes ya que por esa salida se encuentra un paradero de taxis y el paradero para todo público en que se detiene la locomoción colectiva.

En este momento hay 3 personas esperando locomoción con pocas bolsas en su poder

En el lugar de los taxis hay 2 autos esperando a algún potencial pasajero.

En el kiosko presente en la misma esquina varias personas se detienen a observar los titulares de los diarios, tanto los de circulación nacional como los de circulación provincial que tienen una posición proporcionada y que entregan las noticias más importantes de la provincia en general así como también de la comuna.

Volviendo a la entrada principal del Hipermercado, vemos que en los minutos transcurridos solo una persona se ha acercado al carrito de las golosinas, y esto influenciado por un niño que lo espera a algunos metros de distancia, se deduce que compra la golosina para saciar algún berrinche o maña del mismo.

En la bicicleta con verduras la señora que lo comanda se observa aburrida por la falta de clientes o quizá también por el calor

Durante nuestra estancia, se observa que en la Farmacia Ahumada del lugar solo concretan una compra 3 personas el resto de los sujetos que entran, salen rápidamente, quizá tras preguntar algún precio o realizar alguna consulta directa a los dependientes.

Luego de 20 minutos se decide entrar al lugar a realizar una pequeña compra para observar el movimiento al interior del Hipermercado.

Al entrar observamos un flujo de personas medianamente alto, más que nada en el sector cercano a las cajas, donde generalmente la gente ha de acumularse.

Luego recorriendo un par de pasillos aleatoriamente vemos como la mayoría de las personas observan y comparan precios entre las marcas de los productos que quiere adquirir.

Ahora bien también hay gente que solamente los toma y los echa en sus carros o canastos.

Existe una abrumadora mayoría de presencia femenina, donde las parejas y las mujeres con niños mandan en la tendencia.

Y subiendo al segundo piso donde se encuentra la ropa, los artículos electrónicos y tecnológicos vemos que existe mucha gente observándolos, revisándolos y tratando de probarlos y a más mujeres que hombres recorriendo el sector de la ropa

Se obtiene lo que se va a comprar que es una resma de hojas blancas en el sector de artículos escolares en donde no se encuentra a ningún potencial comprador.

En el mencionado segundo piso existe una mayoría de personas jóvenes que observan los productos, los comparan pero pocas personas efectuando una compra propiamente tal.

Hay gran variedad de productos en ese sector, desde joysticks para consolas y computadores, hasta los celulares de última generación que existen en el mercado

Existen vendedores para cada marca de teléfono quienes venden y habilitan los equipos y otros para los demás productos

Ya al bajar a cancelar y pasado alrededor de 8 minutos el lleno en las cajas es total y se hace difícil elegir una para cancelar la pequeña compra realizada.

En las filas se observan en mayor medida, compras pequeñas con pocos bultos

Las compras grandes con más de un carro de productos son abrumadora minoría observando 2 en todo el lineal de cajas.

Abundan las tarjetas a la hora de cancelar

La fecha al ser inicio de mes incita a creer que los sueldos recién depositados son los que solventan las compras realizadas o que quizá existen pocos lugares para extraer el dinero que se contiene en las tarjetas.

Al volver a la ubicación al exterior del Hipermercado, se ve un poco más de gente que anteriormente

En el puesto de verduras hay 3 personas comprando, cabe señalar que se ven apetitosas las paltas y los tomates que allí se venden

18:30

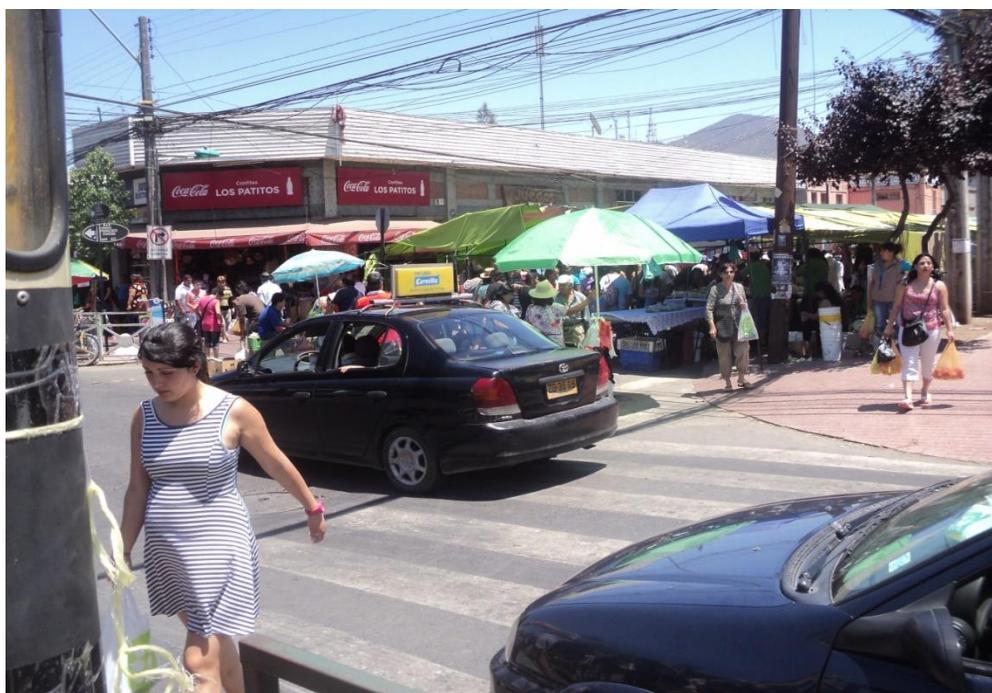
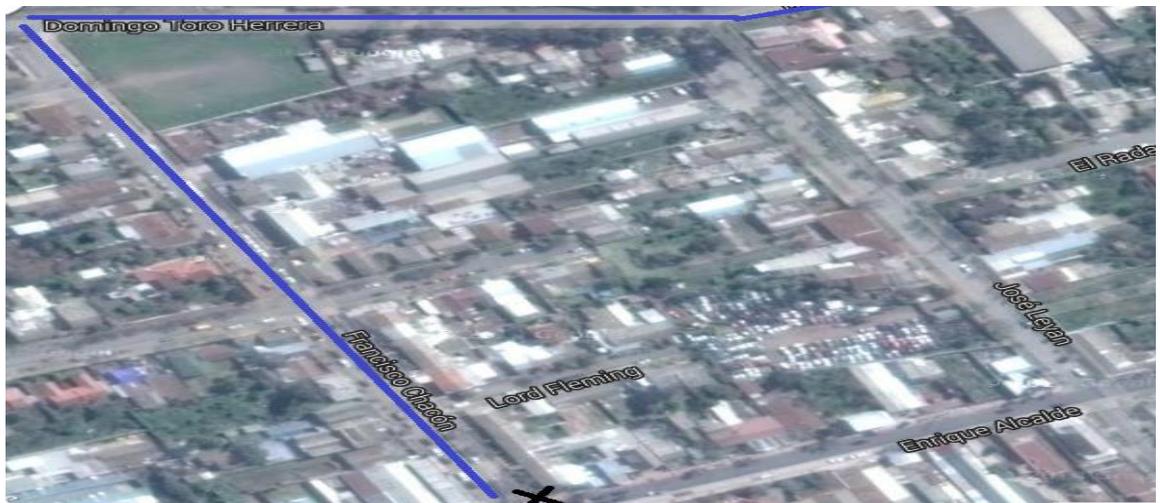
La hora *peak* se hace sentir con la sinfonía de bocinas que opacan los acordes de los muchachos que continúan intentando ganarse unos pesos de una manera muy bonita.

La gente que se observa pasar por la esquina en su mayoría se dirige hacia el oriente de la comuna donde vive gran cantidad de gente por las grandes villas y condominios que se erigen en esa dirección.

El calor sigue siendo intenso y hace que se decida dar por terminada la observación a eso de las 18:35 hrs.

Observación número 5: Feria: Domingo 4 de enero 12:30.hrs

Se realiza el mismo recorrido de la vez anterior y se registra la esquina en que se inicia el recorrido y en donde luego se efectúa la observación de los fenómenos que conciernen al entorno de la feria propiamente tal.



Qué observar	Registro:
Dinámicas propias	
Situaciones excepcionales	
Flujo de consumidores	
Tránsito de personas no consumidoras	

Descripción del escenario:

La feria cuenta con una gran extensión que abarca 6 cuadras formando una letra L siendo recorrida en su totalidad al momento de observar, siendo día domingo, nos encontraremos quizá con una extensión aún mayor.

Registro de la observación:

Un entramado de olores nos recibe, donde los pescados frutas y verduras se alinean para indicarle a las *caseritas* y *caseritos* el lugar exacto en que deben encontrarlos fresquitos y listos para ser llevados a su casa.

La gente se agolpa en la entrada/salida principal, desde donde se observa un flujo muy grande de gente hacia el interior de la feria.

El volumen de personas es bastante grande ya dentro de la feria, lo cual sorprende un poco por el horario ya que son más de las 12:40 del día y generalmente los mayores flujos de gente se dan en horarios anteriores a eso, esto sumado a los 32 grados que indica el termómetro del celular al menos y que se dejan sentir en la comuna a esta hora.

Destacan la presencia de gente que puede catalogarse como adulto mayor tanto en los clientes como en los vendedores, lo cual podría ser un indicador de las tendencias demográficas de la comuna, lo cual genera una temática interesante de estudio a futuro.

Son pocas las familias grandes que se observan, pero igualmente existen y se observa que los niños se separan de sus padres, sucumben a la curiosidad de mirar todo, de intentar tocar las cosas que se venden siendo un desorden su tránsito por la feria.

En el recorrido de la feria propiamente tal los jóvenes que se observan, generalmente andan en parejas, ya luego en el tramo de feria de las pulgas es posible observar jóvenes solos o también en parejas, y muchos niños, solos o con sus padres, agolpados en la esquina de los juegos piratas de consolas.

Además de los olores es imposible no ponerle atención a los gritos de ofertas y precios que emergen de cada uno de los vendedores que intentan atraer a los transeúntes de la feria.

Se escuchan comentarios como: “andan regalones con los porotos hoy día”, “parece que en la casa quieren cazuelita”, lo cual tiene que ver con la presencia notoriamente mayoritaria de puestos con choclos y porotos granados los cuales dan pie a platos típicos de la época como los porotos granados o con mazamorra que se hace a partir de los choclos, y la cazuela en donde tampoco pueden faltar los choclos.

Se observan muchos carritos y bolsas hechas a partir de los sacos, elementos que son típicos de las ferias.

Llama la atención la alta presencia de las mencionadas bolsas, por la actual proliferación de distintos tipos de carritos, pero que sobreviven porque son muy útiles principalmente por la buena combinación que tienen entre tamaño y resistencia, ideales para comprar todo lo necesario y llevarlo en una sola bolsa.

Son pocas las personas que se detienen en los puestos de libros nuevos o usados, me detengo yo a observar los títulos disponibles.

12:50

En ciertos tramos la feria se vuelve estrecha, no se puede ni avanzar, trae a la memoria al Metro de Santiago

Al avanzar es posible percatarse de que el motivo de los atochamientos son la gran cantidad de vendedores ambulantes por el medio de la calle y en la esquina cercana

En esta esquina predomina la comida, con anticuchos, sopaipillas y empanadas, aunque los cantantes se turnan para entregar su talento no solo en la esquina sino que a lo largo de la feria.

Al recorrer dos tercios del tramo que ocupa Francisco Chacón, ya comienzan a desaparecer las comidas y los productos propios de la feria, comenzando con la parte en que se denomina “feria de las pulgas”

En esta segunda parte de la feria existe una variedad indescriptible de productos, a saber, mascotas, medicina homeopática, medicina mapuche, anticuarios, venta de libros usados, venta de ropa usada, venta de electrodomésticos usados, etc.

En la misma esquina es que se ubican los vendedores de juegos para consola y películas piratas, los cuales se adueñan de la misma y utilizan el espacio interior de la calle, haciendo el tránsito lento y dificultoso por toda la gente que se detiene a mirar sus ofertas.

En este lugar que hubiera sido ideal para registrar no se tomó fotografía por creer que los vendedores podían llegar a sentirse amenazados.

En el recorrido por la feria es normal ver que la gente se encuentre con algún conocido, le pasó incluso al observador que se encuentra con una amiga al ir entrando y luego al ir saliendo de la feria ya que ella se da más de una vuelta cotizando los precios de los productos para luego comprar donde le parezca mejor la combinación precio/calidad.

Al caminar de vuelta se ven dos puestos que comienzan a ser desarmados, son puestos de choclos y es evidente que vendieron todo ya que se observan cientos de

hojas y trozos de coronta cortadas esparcidas por el suelo, lo cual demuestra que su jornada laboral ha concluido.

13:15

Al salir e instalarme en las afueras de la feria, es posible ver dinámicas como la de los paraderos, donde el más cercano está a 20 metros de la salida y eso hace que la gente no camine e intente tomar colectivos o micros ahí mismo, provocando los atochamientos típicos de la feria en los días en que esta se realiza.

La gente toma locomoción en cualquier lado y también en el paradero formal, lo cual hace que las filas de autos no avancen incluso habiendo transcurrido algunos minutos.

Se ratifica la relevancia de la feria como institución tradicional del consumo por parte de los talagantinos, ya que incluso siendo un día domingo con altas temperaturas, no se evade la tradición de ir a comprar ya sea solo o en familia, las frutas, verduras y productos varios, necesarios para la vida cotidiana de la casa.