

Espacialización y estilos de vida: imágenes urbanas en sectores medios de la Ciudad de Buenos Aires

María Cecilia Arizaga

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

resumen

En los últimos años, la relación entre la ciudad y la cultura se ha convertido en tema central de estudio y de políticas públicas a nivel global. Un aspecto central a tener en cuenta en este debate es la emergencia de una nueva sensibilidad en torno a los consumos culturales en donde los límites entre la alta cultura y la cultura popular se desdibujan. Las ciudades emergen como centros culturales donde las artes se articulan con los productos de la industria cultural y donde el consumo de signos o el aspecto simbólico de los bienes se transforma en la fuente principal de satisfacción, en un marco de imágenes urbanas en competencia. Este proceso supone que nuevos intermediarios culturales desarrollen y difundan nuevos bienes y experiencias culturales por lo cual la cultura adquiere un significado estilístico en cuanto a modo de vida que clasifica y jerarquiza espacios y sujetos en el espacio.

El artículo que se presenta forma parte de un proyecto de investigación que pretende indagar cuáles son las imágenes de capital cultural que los sujetos construyen en su barrio y en la ciudad en general y cómo este capital cultural urbano incide en los procesos de clasificación y jerarquización urbana y en la percepción de inclusión-movilidad, centrándonos en sectores medios de la Ciudad de Buenos Aires.

palabras clave: capital cultural, imaginarios urbanos, estilos de vida, consumos culturales, clases medias

1. Introducción. Ciudad y cultura, la emergencia de una sensibilidad

En los últimos años, la relación entre la ciudad y la cultura se ha convertido en tema central de estudio y de políticas públicas a nivel global. Un aspecto central a tener en cuenta en este debate es la emergencia de una nueva sensibilidad en torno a los consumos culturales en donde los límites entre la alta cultura y la cultura popular se desdibujan. Este deslizamiento se puede entender también mediante un proceso por el cual la cultura tiende a unificar dos sentidos que antes se presentaban como diferenciados: por un lado, la cultura como "modo de vida", por el cual la ciudad es en sí misma un locus de códigos culturales particulares a partir de estilos de vida y de productos culturales distintivos. Por otro lado, la cultura en relación a las artes, en tanto productos culturales de la llamada "alta cultura". Este proceso supone que nuevos intermediarios culturales desarrollen y difundan nuevos bienes y experiencias culturales y que estos sean percibidos por el mercado como inversión significativa. En este contexto, las ciudades se revalorizan como nodos culturales y buscan afianzar una imagen tendiente a movilizar la cultura como estrategia de promoción cultural pero también urbana, social, económica y financiera. Featherstone (2000) toma la noción de capital cultural de Bourdieu (1980) y la utiliza para señalar esta fuente de riqueza alternativa, en tanto modo de poder y proceso de acumulación basado en la cultura, en el cual el valor está encubierto. Es este capital cultural y simbólico el que vuelve especialmente sensibles a planificadores de políticas urbanas e inversionistas por sobre la cuestión de la ciudad y su cultura dentro de un proceso de construcción de imágenes urbanas en competencia.

En este sentido, nos interesa indagar cuáles son las imágenes de capital cultural que los sujetos construyen en su barrio y en la ciudad en general y cómo este capital cultural y simbólico urbano incide en los procesos de clasificación y jerarquización urbana, centrándonos en sectores medios de la Ciudad de Buenos Aires. Lo que acá presentamos son los primeros planteamientos de un problema que intentaremos abordar a lo largo de una investigación. Nuestra hipótesis se centra en la noción de capital cultural y capital simbólico, en tanto sobreañadido de prestigio, legitimidad, autoridad y reconocimiento a los otros capitales y estima que estos bienes y experiencias culturales no sólo son inversiones del lado del mercado sino que del lado de la ciudadanía pueden tener un rol significativo en la percepción de inclusión o movilidad social. Esto significa que la cultura adquiere un significado estilístico en cuanto a modo de vida que clasifica y jerarquiza espacios y sujetos en el espacio.

En paralelo al capital económico, el capital cultural se constituye en tanto formas de poder y procesos de acumulación basados en la cultura. Este adquiere tres formas: el capital cultural incorporado (refiere a la presentación del yo, forma de hablar, caminar, vestirse, etc.), el institucionalizado (las credenciales educativas, por ejemplo) y el objetivado (los bienes culturales). Como analiza Featherstone, este último tipo de capital

cultural es el que resulta más propicio al momento de analizar la relación entre cultura y ciudad, teniendo especial atención en que la legitimidad de estos bienes culturales resulta de un proceso dinámico y en constante transformación. En este sentido, las jerarquías simbólicas se redefinen permanentemente y los espacios urbanos cuentan con una creciente variedad de criterios a fin de ser clasificados en términos de capital cultural. Este proceso hace que se amplíe y diversifique el predominio de ciudades y zonas dentro de éstas como centros de las artes y la industria cultural en general. De este modo, con la emergencia de nuevas formas de capital cultural surgen nuevas centralidades que sin abandonar las tradicionales, redefinen los espacios urbanos y la relación entre estos.

Featherstone, Bourdieu y Harvey (1990), por citar sólo algunos, han visto en las clases medias al actor privilegiado de esta nueva sensibilidad en torno a los consumos culturales y su impronta en la ciudad. En este sentido y teniendo en cuenta el impacto que han tenido en los sectores medios porteños las transformaciones sociales de la última época, resulta interesante analizar las articulaciones subjetivas en torno a capitales culturales y simbólicos urbanos en tanto signos de inclusión, permanencia y movilidad social. Partimos de la idea, según lo abordado en anteriores investigaciones (Wortman y Arizaga, 1998) de que la cultura y los consumos culturales en el amplio sentido, siguen actuando como marca de identidad social en las clases medias porteñas constituyéndose en un capital distintivo de quien lo posee. También así lo atestigua el creciente número de espectáculos y diversos modos culturales que tienen lugar en la Ciudad de Buenos Aires con un público muy vasto. El capital cultural objetivado en la ciudad –que encontramos en los edificios con valor patrimonial, espacios públicos, en bares y demás comercios identitarios del lugar, en los bienes de la industria cultural y en una amplia gama de bienes culturales– traslada su legitimidad y valor al espacio urbano donde se emplaza y a los sujetos que habitan el mismo. Cabe interrogarse cuál es la relación que los sujetos establecen entre estas ofertas y lo que ellos resignifican como cultural en su barrio y en la ciudad, cuáles son los criterios que permiten clasificar los espacios y bienes en términos de capital cultural, qué nuevas estrategias y pautas culturales pueden relevarse y cómo se experimenta simbólicamente la relación entre ciudad y barrios y entre centralidades tradicionales y nuevas centralidades, surgidas por procesos de renovación urbana, en su vínculo con el capital cultural desde una perspectiva que tome en cuenta la amplitud de formas que este capital reviste: revalorización de lugares y bienes emblemáticos, bares y comercios barriales, edificios, espacios públicos, costumbres barriales, centros culturales barriales, centros comerciales, centros de diseño, centros turísticos, museos, parques, cines, teatros, etc.

2. La ciudad imaginada. Capital simbólico y cultura del estilo

En una intrínseca relación con el capital cultural, emergen los capitales simbólicos a partir de imágenes en relación a la ciudad. El capital simbólico, siguiendo a Bourdieu, se define como un sobreañadido de prestigio y legitimidad sobre el capital cultural pero también deben tenerse en cuenta los capitales sociales y económicos que se entrelazan. Esto supone la hipótesis de que no todos los capitales culturales son portadores de mismas dosis de prestigio y legitimidad y que la conjunción de estos con capitales sociales y económicos, establecen en su combinatoria capitales simbólicos diversos que movilizan imágenes urbanas que compiten entre sí.

Desde este aspecto, los procesos de estetización de la vida cotidiana, sugeridos por Featherstone y una más activa disposición respecto a los estilos de vida suponen un proceso de diferenciación cultural que resulta la contracara de las imágenes estereotipadas de la sociedad de masas que serializaba estilos de vida en las décadas del cuarenta y cincuenta. En este marco, las imágenes cobran una relevancia sin precedentes dentro de una cultura del estilo por la cual circulan y se difunden imágenes culturales sobreañadidas unas a otras y en competencia, articuladas y en tensión. Stuart Ewen entiende al mercado del estilo como modos de presentación de estilos de vida, que si bien resultan inalcanzables para la amplia mayoría, guardan una gran importancia como proveedores de modelos y de legitimidad cultural. Lo que el mercado del estilo provee es la "promesa de una vida mejor" en la cual está implícita la idea de movilidad social vía el consumo, ampliándose a los consumos culturales. Una promesa, dice Ewen, expresada materialmente pero que trasmite una idea de inmaterialidad donde lo que prima es una sensibilidad, una "actitud" en tanto disposición hacia las personas y cosas, de tono altamente subjetivo. Ewen lo define como una política de cambio basada en la apariencia de las cosas, que saca al sujeto de su cotidiano devenir en la monotonía de la necesidad con la promesa de que su vida puede modificarse (mejorarse) gracias a los objetos, detalles, prácticas, dadores de estilo. Las imágenes impregnan de sentido a los objetos y a diferencia de la sociedad tradicional, donde las imágenes resultaban funcionales a un mundo estático, estable, promoviendo la idea de perpetuidad, en la sociedad actual se adaptan a la sensibilidad moderna volviéndose cambiantes y variadas. En ellas juegan signos opuestos que tienden a combinarse y articularse más que a estar en tensión.

Desde esta perspectiva, nos mueve indagar en las imágenes que hoy circulan entre los porteños y en el impacto que el consumo de signos en el espacio urbano tiene sobre su vida cotidiana. ¿Cuáles son las imágenes que elaboran, reciben y difunden sobre su entorno urbano?, ¿qué relación establecen con las

mismas?, ¿cuáles hacen propias y cuáles son ajenas y distantes?, ¿qué estrategias de apropiación y distinción activan?, ¿qué papel cumplen estas imágenes en los procesos de percepción de inclusión y movilidad social?

3. Imágenes en competencia en la ciudad

El tratamiento simbólico del espacio urbano se establece dentro de una lógica territorial que tal como es planteada por Donzelot (1999, 2003) está expresando la nueva cuestión social a partir de una nueva cuestión urbana. Esta lógica supone tres modos, ritmos o fenómenos urbanos que coexisten en la ciudad posfordista:

i-La suburbanización o periurbanización de capas medias altas

ii-Los procesos de gentrificación y renovación urbana a partir de políticas públicas, empresariales o por sectores privilegiados de la población.

iii-La relegación de barrios y zonas que son excluidos de los procesos asociados a los puntos anteriores. Resultan espacios relegados que coexisten territorialmente con los ya mencionados.

Teniendo en cuenta estos tres procesos planteados por Donzelot que se articulan y entran en tensión dentro del espacio urbano, podemos decir que la ciudad actual se presenta como un escenario de imágenes. Desde la lógica que Ewen le otorga al mercado del estilo, donde valores conflictivos entre sí resultan complementarios, la ciudad en el marco de estos tres ritmos urbanos, convoca a lo comunitario, lo cosmopolita, lo local, lo global, lo conocido, lo extraño, la seguridad, la libertad, lo nuevo, lo viejo, lo auténtico, lo artificial, lo propio y lo ajeno. En términos analíticos, los valores convocados por las imágenes en juego pueden comprenderse en dos grandes tipos duales:

a-Valores en relación al Cambio/Estabilidad

b-Valores en relación con lo Material/Postmaterial

El primer tipo de valores presenta una dualidad entre aquellas ideas que sugieren una adhesión a los parámetros de cambio constante propios de la modernidad y las imágenes que revitalizan conceptos arraigados dentro de una tradición más conservadora. Como plantea Sennet (2000), el cambio se ha vuelto un valor en sí mismo, constitutivo de los nuevos parámetros de la vida. En esta valoración participa activamente la nueva organización del sistema capitalista y el rol que le cabe al nuevo modelo de trabajador dentro de éste. Las disposiciones respecto a una personalidad dinámica, adaptable, flexible sugieren sujetos que adhieren al cambio constante como modo de ser en el mundo y que trasciende el universo laboral para recavar en el resto de las instancias de los mundos de vida: la familia, los afectos, las prácticas, los gustos, todo se dispone al servicio de un devenir en donde no se encuentra el ancla. "Nada es para siempre" como premisa del sujeto "a la deriva" que hace del circular una "actitud" de vida. Sin embargo, la actitud de cambio necesita depositar confianza en ciertas instancias de estabilidad. La búsqueda de nichos de certeza hacen que el sujeto se vea envuelto, como dice Sennet, en una trampa en donde la inestabilidad y el movimiento constante lo acercan a la adhesión a valores de conservadurismo cultural, valores consustanciados con ideas del "para siempre", lo originario y la autenticidad, como lo "verdadero" e inamovible. Aquello que se logra resguardar del cambio omnipresente.

En el segundo tipo, la dualidad Material/Postmaterial presenta una situación contradictoria entre dos clases de valores, los de supervivencia o materiales y los de bienestar o postmateriales, que Inglehart (1998) asume como propios de dos sistemas culturales: la modernidad y la posmodernidad. El cambio de las prioridades materialistas a las postmaterialistas constituye un elemento central en el proceso de posmodernización (Inglehart, 1998: 45). Desde esta perspectiva, el concepto de "calidad de vida" adquiere un nuevo significado al dar cuenta de valores postmateriales propios de la sociedad en su fase posmoderna, la cual se distancia de los valores de la sociedad industrial durante la era de la escasez y se centra en valores que dan importancia a las consideraciones humanas y estéticas de orden subjetivo (Inglehart, 1998: 14). Estos valores postmateriales están fundamentados por la nueva economía de signos, sugerida por Lash y Urry (1997) desde una dimensión estética de la modernidad reflexiva.

El objeto de la construcción de esta tipología es el de poder visualizar en las imágenes urbanas convocadas cómo se lleva a cabo una combinatoria de los tipos a y b y al mismo tiempo como valores duales de ambos tipos se presentan más que en tensión como un recurso que busca contrarrestar las consecuencias no deseadas de cada uno o bien como elementos dentro de una lógica complementaria más que conflictiva.

A modo de una primera aproximación a la problemática de las imágenes urbanas, trabajos como los de Harvey, Zukin (1996) y Augé (1997) consideran a la ciudad posfordista y posmoderna como un entramado de significaciones que colocan al capital simbólico en el centro de la vida urbana contemporánea. En cierta

medida esta profusión de imágenes ha sido entendida por críticos culturales como una rebelión contra el modernismo arquitectónico y su austero funcionalismo. La mezcla de estilos, el pastiche, el collage, son recursos imaginarios que apelan a universos simbólicos. El símbolo remite a algo, el símbolo está entre las cosas, ligándolas, como plantea Augé (1997: 96). ¿Cuáles son esos universos simbólicos y a qué recursos imaginarios se apela? Zukin y Harvey toman en consideración dos estéticas, como formas sensibilizadoras, que adquiere la ciudad y que se enmarcan dentro de un espacio urbano signado por las lógicas que Donzelot consignó.

Una de ellas está regida por lo que Harvey llama la imagen del espectáculo. Zukin la define como la ciudad del ensueño, Augé habla de una invasión ficcional. Cualquiera sea la nominación que escojamos, la ciudad espectacularizada o ficcionalizada se caracteriza por sus fachadas multicolores, superpobladas de códigos, puro guiño e impacto. Apela al *musée imaginaire* que guardamos en nuestras experiencias con la industria cultural. Cruzando esta imagen urbana con los procesos de la nueva cuestión urbana que analiza Donzelot, es en el fenómeno de la periurbanización donde este tipo de estética se vuelve emblemática. Esto se ve en la arquitectura de tono escenográfico, en donde la casa de la urbanización cerrada remite a algo, a otra cosa a partir del efecto de "pintoresquismo" (Ballent, 1998). Pero es en los centros de consumo y de entretenimientos donde la ciudad ficcionalizada encuentra su espacio paradigmático.

La otra imagen convocada refiere a la ciudad de la heredad. Es la ciudad que remite a una revalorización de un pasado glacial, cristalizado. Por estas características comparte el aspecto ficcional y escenográfico de la ciudad espectáculo. Encuentra su espacio en los procesos de gentrificación y renovación urbana de la antigua ciudad moderna, recurriendo a la herencia cultural de barrios históricos y al casco céntrico. La idea de pasado se asocia a una idea de autenticidad en tanto originario que permaneció oculto con el deterioro de las centralidades en la modernidad a partir del uso del centro por parte de las clases más bajas. Los procesos de gentrificación suponen el recambio poblacional por parte de clases medias altas, intelectuales y artistas que desplazan a los viejos habitantes de las clases inferiores. Sobreviene a este proceso una revalorización cultural y económica en donde se congregan nuevas prácticas residenciales como la vivienda reciclada, mercado inmobiliario y prácticas de consumo del "nuevo buen vivir". Se constituye así una "industria de la heredad" que se extiende a la arquitectura, al espacio urbano, la decoración, etc. Esta imagen que convoca el pasado remite a una idea de autenticidad que se asocia a valores de tipo postmaterial y a valores conservadores, como los mencionados anteriormente. Este tipo de valores expresan la necesidad de fijar imágenes que remitan a ideas de estabilidad frente a un mundo cambiante e incierto.

Las imágenes de la ciudad no se agotan en la ciudad ficcional y en la ciudad de la heredad como tampoco es viable plantear a estas imágenes como independientes unas de otras. Más bien, lo que estamos suponiendo y creemos pertinente abordar en el devenir de la investigación son los modos de complementariedad, articulación y tensión que emergen entre las imágenes urbanas en competencia. ¿Qué representaciones se establecen entre la ciudad-naturaleza -que encuentra su lugar por excelencia en los procesos de suburbanización de clases medias en urbanizaciones cerradas-, entre la ciudad espectáculo, la ciudad de la heredad, la del miedo, la del turismo, la fragmentada, la cultural y cómo se articulan las imágenes en juego?, ¿cómo se asocian estas imágenes y las relacionadas al capital cultural?. Teniendo en cuenta los tres procesos mencionados, la periurbanización, la gentrificación y la relegación, el detenernos en los modos de articulación entre imágenes urbanas y capital cultural nos puede ayudar a interpretar los emergentes simbólicos del mundo social de los sectores medios porteños en un contexto que, como plantea Donzelot, la cuestión urbana se ha vuelto la expresión de la nueva cuestión social.

Este artículo ha sido presentado en II Congreso Nacional de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, octubre de 2004, y remite a un proyecto de investigación en curso.

Bibliografía

- Augé, Marc (1997) *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Buenos Aires, Editorial Gedisa.
- Ballent, Anahí (1998) "Country life: los nuevos paraísos, su historia y sus profetas" En: revista *Block.*, UTDT. Ctro de Arquitectura Contemporánea, Núm. 2. Buenos Aires, Mayo.
- Bourdieu, Pierre (1980) *La distinción*. Buenos Aires, Editorial Taurus.
- Donzelot, Jacques.(1999) "La nouvelle question urbaine". En *Esprit*, 258 .París. Nov, Pp. 87- 114.

....., Mevel C. et Wyvekens, A (2003) *Faire société: la politique de la ville aux Etats-Unis et en France*. Seuil, Paris, 362 p.

Featherstone Mike (2000) *Cultura de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires, Amorrortu.

Harvey, David (1990) *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires, Amorrortu.

Inglehart, R. (1998) *Modernización y posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid, CIS.

Jameson, Fredric (1986) "Posmodernismo: lógica cultural del capitalismo tardío" en *Zona Abierta*. núm. 38. Páginas. 71-131.

Lash, Scott. y Urry, John (1997) *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires, Amorrortu.

Sennet, Richard (2000) *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona, Anagrama.

Wortman, Ana y Arizaga, Cecilia (1998) "Buenos Aires está cambiando: entre los consumos culturales y los barrios cerrados". Ponencia presentada en las jornadas *El nuevo milenio y lo urbano*. Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales-UBA, Buenos Aires.

Zukin, Sharon(1996) "Paisagens urbanas Pós-Modernas: Mapeando cultura e poder". En: *Cidadanía, curadoria A. A. Arantes*, Rev. do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, núm. 24, R. S., Brasil, IPHAN.

Noticia de la autora

María Cecilia Arizaga: Socióloga, UBA, Magister en Ciencias Sociales (Sociología) en FLACSO, Argentina. Ha sido Becaria de Formación de Posgrado CONICET y Becaria Posdoctoral CONICET con sede en el Instituto Gino Germani. Se desempeña como docente JTP en la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) y como investigadora JTP en el Instituto Gino Germani. Doctoranda en Ciencias Sociales, UBA. Ha publicado artículos sobre medios de comunicación, nuevas urbanizaciones cerradas suburbanas, clases medias, estilos de vida y cultura urbana en revistas y libros nacionales y extranjeros. Próximamente se publicará su tesis de maestría sobre clases medias y procesos de suburbanización privados en la Región Metropolitana de Buenos Aires.