

Relaciones con los comercios y modos de habitar Los barrios centrales gentrificados en Francia*

JEAN-YVES AUTHIER**

Abstract

RELATIONS WITH COMMERCE AND WAYS OF INHABITING. THE GENTRIFIED CENTRAL QUARTERS IN FRANCE. This article attempts to explore, in a systematic and global way, the relations among different types of commerce located in some gentrified quartiers in France as well as the relations among diverse categories of individuals that inhabit them. What sort of relationship –effective and symbolic– do inhabitants of the gentrified quartiers establish with diverse types of commerce located near their home? What place does these commercial establishments occupy in the general economy of purchase practices and supplying of these city dwellers? And what role do they play in the ways of inhabiting the quartier as well as of living in the city? These are the key questions in this article and their answers are based on data obtained from two surveys carried out in 1997 and 2003 in Daguerre (Paris), Pentes de la Croix-Rousse (Lyon), Bas-Montreuil (Montreuil), and Sainte-Anne, Saint-Roch and l'Ancien Courrier, which together make up a part of the historical centre in Montpellier.

Key words: quartiers at the center of cities, gentrification, commerce, new and old inhabitants

Resumen

En este artículo se exploran, de manera sistemática y a la vez global, las relaciones entre los diferentes comercios situados en distintos barrios gentrificados de Francia y las diversas categorías de individuos que los habitan. ¿Qué relaciones, simbólicas y efectivas, establecen los habitantes de los barrios gentrificados con los comercios localizados cerca de su domicilio? ¿Qué lugar ocupan estos establecimientos en las prácticas de compra y aprovisionamiento de estos ciudadanos? ¿Qué papel desempeñan en las maneras de habitar el barrio y de vivir en la ciudad? Son los interrogantes que sirven como ejes en el desarrollo de este trabajo, y sus respuestas están basadas en datos provenientes de dos encuestas realizadas en 1997 y 2003 a los residentes de los barrios Daguerre (París); Pentes de la Croix-Rousse (Lyon); Bas-Montreuil (Montreuil); y Sainte-Anne, Saint-Roch y l'Ancien Courrier, que conforman una parte del centro histórico de Montpellier.

Palabras clave: barrios del centro de las ciudades, gentrificación, comercios, nuevos y viejos habitantes

“En la actualidad, la gentrificación se reconoce como un elemento destacado en la transformación de los centros urbanos” de las grandes metrópolis (Smith, 1999 cit. en Bidou-Zachariasen, 2003: 10). Observado por primera vez en Londres a principios de la década de los sesenta (Glass, 1963), este fenómeno designa un doble proceso mediante el cual una población de clases media y alta vuelve a ocupar, de manera progresiva, los antiguos barrios populares y deteriorados de los centros de las ciudades, que son rehabilitados sea por poderes

* Artículo recibido el 11/10/06 y aceptado el 19/02/07. Título original: “Rapports aux commerces et modes d’habiter dans les quartiers gentrifiés des centres-villes en France”. Traducción del francés de Mariana Orozco Ramírez y revisión de Angela Giglia.

** Coordinador del Groupe de Recherche sur la Socialisation y profesor de la Facultad de Antropología y Sociología, Universidad Lumière Lyon 2, 5 avenue Pierre Mendès-France, F-69696 BRON cedex, Francia. Jean-Yves.Authier@univ-lyon2.fr

públicos o por inversionistas privados, lo cual implica una evolución a largo plazo del uso de suelo de las viviendas en favor de propietarios (en detrimento de la renta), el incremento de precios inmobiliarios y la salida de la población local de origen (Hamnett, 1996; Lévy, 2003).

Desde hace al menos 20 años, la *gentrificación* ha propiciado la elaboración de numerosos trabajos, primero en Inglaterra y Estados Unidos, luego en Europa (en los Países Bajos, Francia, Italia, España, etcétera) y recientemente en América Latina. Entre estos estudios destacan, por un lado, aquellos que procuran describir el fenómeno e identificar las etapas de su desarrollo en tiempo y espacio (en particular poniendo al día un esquema de evolución compuesto de tres secuencias en el seno de las cuales se suceden distintas olas de gentrificadores) y, por el otro, los que intentan explicar el fenómeno algunas veces con base en la oferta y otras en la demanda, o bien, combinando ambos registros explicativos (Bidou-Zachariasen, 2003), lo cual ocurre cada vez más.

Los autores de esta abundante literatura, en su mayoría geógrafos, se interesan muy poco en las maneras de habitar y cohabitar de quienes viven en los barrios gentrificados (o que están en proceso de serlo), así como en las relaciones que estos ciudadanos mantienen con los comercios y los comerciantes presentes en estos barrios y fuera de ellos.

Cuando se da el caso, los investigadores tienden a favorecer el análisis de las relaciones que se suscitan en los *nuevos* comercios situados en barrios gentrificados (en especial, en restaurantes "modernos", en bares "a la moda" e incluso en salones de té) entre los nuevos habitantes gentrificadores, destacando los fuertes vínculos que los unen con tales comercios (Lehman-Frisch, 2002). Además de este tipo de negocios, que atraen tanto a los habitantes de estos lugares como a clientela externa, los barrios gentrificados albergan comercios tradicionales (panaderías, florerías, expendios de tabaco, etcétera)¹ y nuevos (abarrotes turcos, videoclubes, tiendas de productos orgánicos, entre otros), los cuales se mantienen fundamentalmente de los clientes del barrio y son clasificados como comercios de proximidad. Asimismo, los barrios gentrificados no sólo están habitados por parejas de profesionistas jóvenes –es decir, pequeñas familias de clase media o

alta instaladas en fecha reciente–, sino también por ancianos, antiguos habitantes de medios populares, estudiantes o desempleados.

Por esta razón, en este artículo examinamos, de manera sistemática y a la vez global, las relaciones que se dan entre los diferentes tipos de comercio ubicados en barrios gentrificados y las diversas categorías de individuos que allí habitan. Es decir, ¿qué relaciones, simbólicas y efectivas, establecen los residentes de los barrios gentrificados con los comercios próximos a su domicilio? ¿Qué sitio ocupan estos comercios en las prácticas de compra y aprovisionamiento de estos ciudadanos? ¿Qué función cumplen en las maneras de habitar el barrio y de vivir en la ciudad?

Para abordar estas cuestiones presentaremos un conjunto de datos producto de dos investigaciones que realizamos en algunos de los viejos barrios centrales franceses comprometidos en un no tan nuevo proceso de gentrificación: Daguerre, situado en París (en el Distrito 14); Pentes de la Croix-Rousse, en Lyon; Bas-Montreuil, localizado en Montreuil (en la periferia de París); y Sainte-Anne, Saint-Roch y l'Ancien Courrier, barrios que conforman una parte del centro histórico de Montpellier.²

Todos estos barrios poseen un tejido comercial relativamente rico y diversificado que, en cada caso, tiene una composición particular. Así, Daguerre se caracteriza por tener muchos comercios, sobre todo de proximidad tradicional, ubicados principalmente en la calle Daguerre, a los que hay que añadir algunos bares y restaurantes y, en la zona limítrofe del barrio, unas cuantas tiendas especializadas (de muebles, calzado, ropa, joyería, etcétera). En contraste, en Pentes de la Croix-Rousse existen pocos comercios de proximidad (en especial de proximidad tradicional), y hay una mayor presencia de bares nocturnos, restaurantes y discotecas; en conjunto, los comercios están mucho más dispersos en el espacio. En Bas-Montreuil, casi todos los comercios están en la misma calle (la calle París), los cuales son numerosos y variados: tiendas de abarrotes; agencias de viajes; establecimientos magrebíes, asiáticos y africanos; bares; peluquerías baratas; etcétera; y también se encuentra un pequeño centro comercial situado a un extremo de esa calle. Finalmente, en Montpellier, los barrios Sainte-Anne, Saint-Roch y l'Ancien Courrier de igual forma concentran

¹ A pesar de que su número disminuye constantemente.

² En los dos primeros barrios, parisino y lionés, el proceso de gentrificación inició en la década de los setenta (Chalvon-Demersay y Claverie, 1979; Chalvon-Demersay, 1984; Bensoussan, 1982). En los otros dos, Montreuil y Montpellier, el fenómeno es más reciente (Lévy, 1993; Authier, 1999). En estas dos investigaciones también trabajamos en otros tres barrios del centro histórico de Versalles (Authier, 2001), pero aquí no los mencionaremos, ya que no se ajustan a la muestra o no se consideran barrios gentrificados.

una amplia gama de comercios, que van desde la tienda de alimentos hasta las de *souvenirs*, más o menos lujosas, dirigidas a los turistas, así como numerosos bares y restaurantes, todos distribuidos de manera desigual entre estos tres barrios y dentro de cada uno.

En 1997 realizamos una encuesta mediante cuestionario a cerca de 1 341 personas que habitan estos barrios.³ Centrado en las relaciones simbólicas y efectivas que estos individuos mantienen con la vivienda, el barrio y la ciudad en donde residen, el cuestionario se compone de más de 400 preguntas de las cuales varias se refieren a las representaciones y al uso de comercios locales. Más tarde, en 2003, llevamos a cabo otra encuesta sobre los mismos temas, pero ahora dirigida a los cónyuges e hijos de una parte de quienes ya habían sido entrevistados con el primer cuestionario (en total son 68 individuos).⁴

Con base en algunos datos recogidos en la encuesta por cuestionario efectuada en 1997, primero presentamos de manera breve la percepción que los habitantes interrogados tienen acerca de los comercios que hay en su barrio y, sobre todo, la forma en que los usan. Luego, y revisando una vez más los datos obtenidos en las entrevistas, analizamos en conjunto la información acerca del comercio y el barrio proporcionada tanto por los *nuevos* como por los *viejos* habitantes de los barrios estudiados.

Panorama global de la percepción sobre los comercios y sus usos

Para la mayoría de quienes viven en los barrios gentrificados que fueron investigados, los comercios (y los comerciantes) son un componente importante de la identidad de su barrio. En este sentido, a la pregunta “¿Podría describir su barrio con tres palabras o adjetivos?”, cerca de un cuarto de los encuestados destacó de modo explícito la fuerte presencia de los comercios (“muy comercial”, “bien surtido”, “muchas tiendas”, “encuentras todos los comercios”, etcétera). Más aún, después de los reactivos “vivo, animado” y “agradable, bonito, bien”, el que se eligió con mayor frecuencia fue “comercial”, de igual forma (o casi) que “para convivir,

cálido, provinciano”, muy por delante de aquellos relativos al entorno construido o a la población de estos barrios (véase tabla 1).⁵

Tabla 1
Calificaciones del barrio

	Respuestas	%
• Vivo, animado	497	37.1
• Agradable, bonito, bien	492	36.7
• Para convivir, cálido, provinciano	304	22.7
• Comercial	302	22.5
• Calmado, tranquilo, seguro	227	16.9
• Central, bien comunicado, bien ubicado	211	15.7
• Sucio, viejo, degradado, mal ambiente	197	14.7
• Antiguo, histórico, pintoresco	175	13.0
• Ruidoso, abigarrado	162	12.1
• Bello, bonito, airoso, verde	146	10.9
• Práctico, funcional	145	10.8
• Cosmopolita, mezclado, mixto	128	9.5
• Otras respuestas	97	7.2
• Popular, obrero	92	6.9
• Joven, dinámico, conectado, activo	69	5.1
• Otros defectos e inconvenientes	67	5.0
• Residencial, frío, poco animado, poca convivencia	67	5.0
• En proceso de cambio, transformación	38	2.8
• Artistas, cultural	35	2.6
• Sin/pocos comercios	26	1.9
Total	1 341	259.3*

* El porcentaje se obtuvo al sumar más de una respuesta por encuestado, pues éstos tuvieron la oportunidad de contestar a más de una opción de las que se les ofrecieron. (N. del T.)

La privilegiada referencia a los comercios, argumentada de muy buen grado por quienes habitan los barrios investigados en los que hay una gran cantidad de comercios de proximidad tradicional, se acompaña de múltiples usos que se hacen de los distintos tipos de comercio presentes en estos barrios. En el cuestionario se exploran, de manera más concreta, dos formas de uso del comercio local: la frecuentación de comercios locales tradicionales, en donde los residentes hacen las compras diarias y que aquí designamos con el término genérico de *comercios*; y la frecuentación de bares, cuyo uso indica una lógica de apertura al exterior y vínculos diversificados, pues quienes más los frecuentan no son únicamente los habitantes del barrio.

³ La elección de los encuestados en cada barrio se operó sobre la base de una selección de edificios en la que se tomó en cuenta la diversidad del tipo de vivienda y de población representados.

⁴ En medio de estas dos encuestas, en 2002 efectuamos otra encuesta vía cuestionario en la cual se interrogaron a: individuos que habíamos encuestado hace cinco años, que siempre han habitado la misma vivienda; personas que igualmente fueron entrevistadas hace cinco años y que después se cambiaron de vivienda y de barrio; e individuos que en diciembre de 2002 ocupaban las viviendas en las que se realizó la encuesta de 1997 (Authier, 2004); pero aquí no utilizamos los datos de este segundo cuestionario. Sin embargo, entre las personas encuestadas mediante entrevista en 2003 –a las que haremos referencia a lo largo de este trabajo– figuran algunas que en 2002 entrevistamos únicamente vía cuestionario.

⁵ Es posible sugerir que, en ciertos casos, los términos “práctico” o “bien comunicado” mencionados en las encuestas en forma implícita se refieren a la presencia de comercios.

En el primer caso, el cuestionario pedía señalar en cuáles de los comercios de su barrio habían realizado (ellos mismos) las compras durante la semana anterior a la encuesta. En el segundo caso, se invitó a las personas interrogadas a indicar el número de veces que visitaron algún bar de su barrio en el curso del mes anterior a la fecha en que se llevó a cabo la encuesta, así como a precisar si acostumbran frecuentar los bares de su barrio acompañados (por personas cercanas, colegas del trabajo, vecinos u otros) o solos (aquí debían especificar si al acudir a estos lugares se encontraban con otras personas o no).

En nuestra muestra, 89.3% de los individuos efectuó alguna compra en al menos un comercio de su barrio durante la semana anterior a la encuesta, en tanto que 29.4% frecuentó uno o dos comercios, 30.5% tres o cuatro y 29.5% cinco o más (la media de comercios visitados, calculada sobre la base de las personas que frecuentaron al menos uno de ellos, es de 3.83). Desde luego, esta información no permite apreciar con plenitud el lugar que ocupan estos establecimientos en las prácticas de compra de los encuestados, pero dan una idea de algunos usos que los ciudadanos hacen de los comercios cercanos a su domicilio. De modo más preciso, estas distribuciones evidencian que en los barrios gentrificados estudiados los habitantes están lejos de olvidarse por completo de los *pequeños comerciantes*, contrario a lo que se piensa desde algunos discursos acerca de la globalización de la ciudad y la vida urbana contemporáneas (Chalas, 2000).

Otra práctica común entre la población encuestada es asistir a los bares, aunque sin alcanzar el nivel con el que se frecuentan los comercios. Durante el mes anterior a la encuesta, más de la mitad de los individuos interrogados visitó, al menos una vez, alguno de los bares de su barrio: 24% respondió "a veces" (de una a tres veces) y 23.2% "a menudo" (cuatro veces o más). Las tres cuartas partes de los habitantes que frecuentan los bares del barrio inmediatos a su domicilio lo hacen acompañados, la mayoría por sus seres más cercanos (84.3%) o por otros conocidos (43.8%), raramente por los colegas del trabajo (23.4%) y muy raramente por los vecinos (12.9%), lo cual evidencia que en estos barrios ir a un bar no es algo que forme parte del cuadro de relaciones con los vecinos, determinadas por la proximidad espacial. Por último, quienes asisten solos son aquellos que con mayor frecuencia van a los bares y ahí se encuentran con otras personas.

Estos usos diferenciados del comercio local no se dan de igual forma en los distintos contextos estudiados. Por ejemplo, los residentes del barrio Daguerre, en París, son muy asiduos en el uso de los comercios, pero se reúnen con menos gente y asisten menos a los

Tabla 2
Frecuentación de comercios
en los barrios estudiados
(%)

	Ninguno	1-2	3-4	5 o +	Total
Lyon	14.6	32.9	30.8	21.6	100
Montpellier	13.9	29.7	26.4	30.0	100
Montreuil	9.1	39.1	33.2	18.5	100
París	5.1	15.8	31.5	47.6	100
<i>Total</i>	10.7	29.4	30.5	29.5	100

N=1 341 (Khi-2 muy significativo)

bares. En contraparte, los habitantes de los barrios de Montpellier tienen una fuerte tendencia a ir a los bares y a hacer un uso más limitado de los comercios (véanse tablas 1 y 2).

Si se consideran en conjunto estos dos tipos de uso del comercio local se verá que los individuos que a veces asisten a los bares localizados en el entorno inmediato a su domicilio tienden, en alto grado, a visitar mucho los comercios de su barrio. Al contrario, aquellos que nunca frecuentan los bares de su barrio son, proporcionalmente, quienes menos utilizan, o que usan de manera muy limitada, los comercios. Pero estas dos clases de uso no siempre funcionan juntas: en efecto, un gran número de individuos utiliza mucho los comercios de su barrio pero no frecuentan en absoluto los bares, mientras que hay otro grupo, más pequeño, que a veces o a menudo visita los bares pero que no usa, o lo hace poco, los comercios.

Estas variadas relaciones con el comercio local son, en gran medida, el resultado de categorías distintas de habitantes que se caracterizan por sus maneras, muy contrastadas, de habitar el barrio y vivir la ciudad, lo cual nos proponemos aclarar a continuación. Abordaremos, en primer lugar, el caso de los nuevos y, más tarde, el de los viejos habitantes.

Tabla 3
Frecuentación de bares
en los barrios estudiados
(%)

	A veces	A menudo	Nunca	Total
Montpellier	36.2	27.6	36.2	100
Lyon	24.1	26.2	49.7	100
París	20.5	33.0	46.4	100
Montreuil	12.1	9.4	78.5	100
<i>Total</i>	23.2	24.0	52.8	100

N=1 341 (Khi-2 muy significativo)

Tabla 4
Usos de comercio y de bares
 (%)

	Ninguno	1-2	3-4	5 o +	Total
Nunca	12.7	33.3	30.6	23.3	100
A menudo	10.2	28.6	30.7	30.4	100
A veces	6.4	21.2	29.9	42.4	100
Total	10.7	29.4	30.5	29.5	100

N=1 341 (Khi-2 muy significativo)

Relaciones de los nuevos habitantes con los comercios y el barrio

Dentro de la población de nuevos habitantes es posible distinguir tres categorías de individuos: los adultos jóvenes profesionistas que viven solos o en pareja sin hijos, los adultos jóvenes profesionistas que viven en pareja con hijos y los adultos jóvenes *precarios*.

Adultos jóvenes profesionistas que viven solos o en pareja sin hijos

Estos jóvenes con altos grados académicos, que pertenecen a las clases media y alta, y que por lo común tienen, directa o indirectamente (por medio de sus cónyuges o por su origen), fuertes vínculos con los medios artístico y cultural, se caracterizan por hacer un uso extenso de los negocios que hay en su barrio.

Con gusto utilizan los comercios de proximidad local (expendios de tabaco, farmacias, tiendas de conveniencia, peluquerías, florerías, librerías de viejo, etcétera) para hacer sus compras diarias sin tener que desplazarse (en particular a las tiendas grandes) y (para algunos) establecer relaciones de sociabilidad “ligeras” con los pequeños comerciantes “del barrio”. Recurren con regularidad a los nuevos comercios locales, por ejemplo comercios étnicos* que abren todos los días y cierran tarde, tiendas de alimentos orgánicos o videoclubes, cuyos horarios y productos se adaptan a su ritmo y estilo de vida. Y, sobre todo, son asiduos clientes de bares, restaurantes y de otros comercios abiertos al cosmopolitismo de la vida urbana que les permiten encontrarse con sus amigos (vivan o no en el barrio), conocer a nuevas personas o simplemente codearse con otra gente.

He aquí, a modo de ilustración, lo que respondió la Señora A. (30 años, profesora de inglés, cuyo cónyuge

se dedica al diseño gráfico por computadora, y que en 1999 se instaló en el barrio Pentes de la Croix-Rousse, en Lyon) al preguntarle qué comercios del barrio frecuenta:

A todos, voy a todos. A las tiendas de abarrotes porque están abiertas el domingo hasta muy tarde, el sábado hasta la media noche, es muy práctico. Al videoclub, a la tabaquería, de hecho, a todo lo que sea comercio en el barrio. Y luego a los bares, a L'Atmosphère, a Le Café de la Soirée, al Chanteclair aquí enfrente, y a los restaurantes, al Gros Caillou, por ejemplo... ¡si los enumerara todos!, al Temps Perdu, a Les Demoiselles de Rochefort que está justo aquí en la parte baja ¡y a muchos otros!

En múltiples ocasiones, la presencia de estos negocios ha sido significativa para la gente al decidir instalarse en estos barrios, como se advierte en los siguientes dos extractos de entrevista:

¿POR QUÉ RAZONES VINIERON A INSTALARSE AQUÍ?

Pues, es muy simple, tenemos una vida nocturna muy animada. Finalmente, a uno le gusta salir y es verdad que en el barrio, en cuanto a bares se refiere, hay de todo un poco, lugares bonitos. (Señora A.)

Es una cuestión de cercanía con las terrazas de café, con la vida nocturna, como no tengo, como yo no tengo coche, así no tengo que desplazarme para hacer las compras y esas cosas. Aquí hay mercados por todas partes. Para alguien que se desplaza a pie, es un lugar ideal. Uno puede tomarse un café en la terraza, leer el periódico y regresar a casa con un kilo de jitomates, en fin, ¡es la felicidad absoluta! (Señor B., profesor, habitante del barrio Saint-Roch en Montpellier, quien parte del año comparte la vivienda con su cónyuge, quien es artista-pintora.)

Más aún, las frecuentes visitas a diferentes comercios locales se inscriben en una relación bastante desarrollada con el barrio. En efecto, para estos individuos, que prefieren mantener a distancia su universo profesional, este espacio constituye un punto de anclaje sustancial a su modo de vida. Así, en estos barrios gentrificados de los centros de las ciudades la presencia de sus habitantes es muy fuerte. Hay una vida muy urbana, centrada en los amigos, los encuentros, las salidas y las tardes festivas. Esta estrecha relación con el barrio va de la mano con la existencia de una red amistosa a menudo bastante desarrollada (a la vez compuesta de amigos a quienes conocieron desde hace

* Comercios de artesanías, comida o productos de las culturas de los inmigrantes, casi siempre administrados por extranjeros no comunitarios. (N. del T.)

mucho tiempo y de amigos más recientes que encontraron en el barrio), y en general se le asocia con un discurso acerca del barrio que valoriza el lado “mixto”, “coloreado”, “mezclado” de la población residente. Comparativamente, estos citadinos invierten menos en su vivienda (sobre todo cuando viven solos), la cual a menudo se presenta como un espacio anexo en el que los habitantes reciben a sus amigos antes de salir por ahí (a tomar un aperitivo o a cenar) o, bien, donde los albergan después de haber pasado una velada en el barrio.

Pero este marcado énfasis en el barrio y sus comercios (sin distinción de tipos) no excluye otras relaciones con otros espacios de la ciudad en la que viven (o de París, en el caso de los habitantes de Bas-Montreuil) ni relaciones con otros comercios. De hecho, estos habitantes, quienes invierten mucho en el barrio y sus establecimientos y gustan de elogiar la cercanía (de los comercios, los bares, los amigos), también se mueven mucho, realizan actividades deportivas, culturales o festivas en otros barrios de la ciudad en la que residen (de manera notable en el centro de la ciudad, o, para los habitantes de Bas-Montreuil, en París) y se dirigen a otros negocios, en particular bares y restaurantes, igualmente fuera de su barrio, como puede apreciarse a continuación:

¿QUÉ LUGARES FRECUENTAN REGULARMENTE?

Pues, yo me quedo en mi barrio. No sé, voy al... pues, nunca salgo, de hecho, casi nunca salgo de la Presqu'ile, en realidad me quedo en la Presqu'ile porque todo el tiempo estoy fuera, por mi trabajo, entonces todo lo que pueda hacer en el centro lo hago, me quedo en el centro. No sé, es cierto que me gusta mucho... me gusta mucho quedarme en mi barrio, porque me gustan mucho los bares de mi barrio y pues eso... voy a los lugares que están cerca de casa [...] Sí, no voy muy, muy lejos... sólo para hacer algunas compras en las tiendas grandes... en realidad, eso es algo que no hago mucho. Salgo porque tengo amigos que viven en el 5º [Distrito de París], ahí en el 5º hay un café al que me gusta ir, a veces voy. Pues ya está: voy al 5º para eso o al 2º porque hay una Fnac,* así que algunas veces voy para allá, pero si no, me quedo por acá. (Señorita C., 33 años, llegó al barrio Pentes de la Croix-Rousse en 2002; comparte la vivienda.)

CUANDO VAN A UN RESTAURANTE, ¿A CUÁL VAN?

Generalmente nos quedamos porque no se está mal en el barrio. A veces, paradójicamente, vamos al 20º [Distrito de París], ahí hay un restaurante tailandés verdaderamente bueno. También hay unos pequeños restaurantes de comida francesa que no están nada mal. La pasamos bien

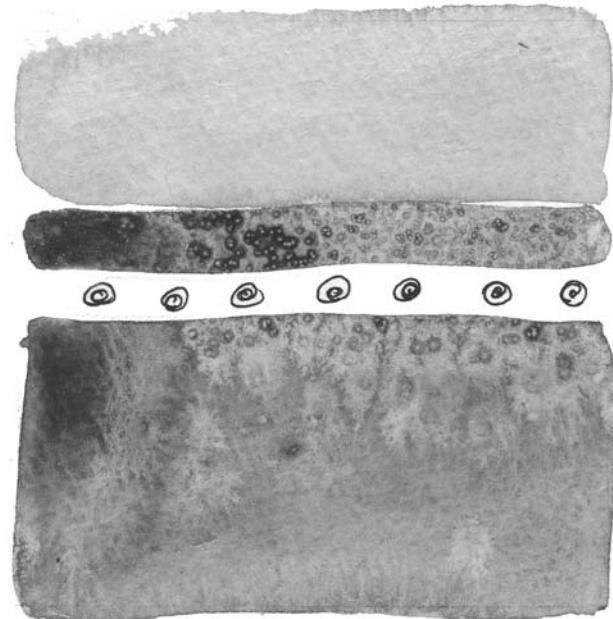
sea en Montreuil, sea en el 20º. Porque, paradójicamente, nos gusta movernos. (Señor D., 35 años, sobrecargo de una aerolínea y músico amateur, vive en el barrio Bas-Montreuil desde el año 2000 junto con su compañera, quien es estudiante.)

En ocasiones, estos habitantes valoran las relaciones establecidas localmente con uno u otro comerciante o vecino, y también son muy dados a elogiar “la vida del barrio” que, según ellos, distingue su lugar de residencia, tal como lo ilustra el Señor D., quien describe su barrio en los siguientes términos:

Además, aquí hay una vida de barrio considerable. En verdad es... se diría que la gente se la pasa todo el tiempo platicando, si quieren. Son esos contactos cotidianos, por ejemplo, cuando salgo de mi casa, al lado hay un peluquero con quien muy bien me puedo poner a platicar cinco minutos. Atravieso la calle, platico con mi tendero, camino tres metros más y platico con el que me renta los videocasetes. Entonces, es una vida de barrio que me parece muy amigable.

Empero, la relación con el barrio, con sus comercios y comerciantes se inscribe más ampliamente en

...la construcción cosmopolita de una relación [más global] en el espacio y el tiempo en la cual la casualidad del encuentro y la novedad tienen un lugar importante, y de una urbanidad donde permanentemente eluden la pesadez de las relaciones de vecindad, de los lazos de parentesco o de las identidades comunitarias (Francq y Leloup, 2002: 81).



* Nombre de una librería. (N. del T.)

Adultos jóvenes profesionistas que viven en pareja con hijos

Esta categoría de individuos comparte varias características con la anterior: el rango de edad es de 30 años, presentan altos grados académicos y pertenecen a las clases media y alta. No obstante, el hecho de que este segmento tenga niños pequeños determina que no haga el mismo uso de los comercios locales y que, en general, no mantenga la misma relación con su barrio.

Los adultos jóvenes profesionistas que viven en pareja y tienen hijos se distinguen sobre todo por utilizar ampliamente los comercios locales tradicionales o nuevos, a los cuales asisten con agrado en familia (los mercados, por ejemplo).

¿DÓNDE HACE SUS COMPRAS?

Pues, tenemos un Carrefour en Porte de Montreuil, entonces allá vamos... ahí compramos exclusivamente los no perecederos, digamos los pañales de las niñas, el agua, el café, etcétera. Y si no, vamos a un mercado en la Croix de Chavaux, o a un supermercado orgánico que está en la plaza de La République, o a un Monoprix. Ya está: a esos cuatro lugares [...] Cuando hace falta comprar algo, a menudo soy yo [quien lo hace] en la noche, cuando por ejemplo quiero hacer una receta y hacen falta ingredientes, soy yo quien me ocupo, si no en el mercado, vamos en familia el domingo por la mañana. (Señor T., 33 años, profesor de filosofía en la secundaria, casado, padre de dos hijas de dos y cuatro años, propietario de una vivienda en el barrio Bas-Montreuil comprada en 2000.)

La concurrencia a estos comercios se inscribe en una *vida del barrio* particularmente desarrollada, que aparece centrada en las actividades y las relaciones de los hijos y en la vecindad. De tal modo, estos nuevos habitantes, quienes tienen una imagen positiva de su lugar de residencia, frecuentan muy seguido junto con sus hijos las plazas, los jardines y las bibliotecas que ahí se ubican. Asimismo, participan activamente en los eventos organizados por las escuelas del barrio donde sus hijos están inscritos, y establecen numerosas relaciones de vecindad con los padres de los amigos de sus hijos, pero a veces también con otros miembros de su familia que viven cerca de su casa.

En otras palabras, su relación con el barrio se basa más en la cercanía, la familia y la vecindad que en la centralidad, los amigos y la apertura a vínculos diversos. No obstante –tal como ocurre con los adultos jóve-

nes profesionistas que viven solos o en pareja sin hijos–, cuando estos nuevos residentes están en pareja sin sus hijos invierten en bares y restaurantes del barrio con sus amigos, pero también lo hacen en otros bares y restaurantes fuera de él.

El mes pasado [...] salimos mucho, porque las niñas no estuvieron durante una semana y entonces salimos casi todos los días: a restaurantes, al cine... Ya está [...] Así es, el mes pasado, mientras nuestras hijas no estaban en casa, estuvimos en el 18º [Distrito de París] en el Tchaobao, con unos amigos. (Señor T.)

Adultos jóvenes precarios

Menos numerosos que los individuos que componen las dos categorías antes descritas, los adultos jóvenes precarios tienen una posición profesional inestable y bajos ingresos. Mitad desempleados y mitad artistas, alternan períodos de desempleo, de actividades artísticas a menudo muy mal remuneradas y de “chambas a cambio de alimentos”.

En este momento, en realidad no vivo de la música. Vivo un poco del desempleo,* de períodos de trabajo que no tienen que ver con la música. Y también tengo algunas ganancias que vienen de la música [...] Son pocas ganancias. Gano poco. Represento a la gente que gana poco y vive en el centro. (Señor R., 35 años, llegó al barrio Saint-Roch, en Montpellier, en 1997.)

Por estas razones, el uso que hacen de los comercios de su barrio es limitado. Si bien realizan parte de sus compras cotidianas en los comercios tradicionales próximos a su domicilio, no concurren a los bares “modernos”, a los restaurantes “de moda” ni a las tiendas de decoración porque les son económicamente inaccesibles. La relación que establecen con su barrio es en esencia simbólica (que tiene sentido para ellos) y relacional. Así, en su discurso, estas personas valoran la “mezcla” de la población, la arquitectura, el carácter “auténtico” de su lugar de residencia y, más aún, las relaciones que establecen con otros habitantes del barrio, en particular con los ancianos.

Cuando menos se trata de un barrio donde la gente vive, donde la gente sale a la calle. Conozco a varios vecinos del barrio. Es un barrio en el que conoces a los vecinos. Los

* Se refiere al seguro o pago que el Estado francés otorga, por un plazo de tiempo y bajo ciertas condiciones, a los ciudadanos franceses desempleados. (N. del T.)

vecinos me conocen, uno se saluda o se puede platicar. Es un barrio en el que la gente platica [...] El tiempo que paso en el barrio, yo, es sobre todo un tiempo que dedico a platicar con los vecinos, con los ancianos del barrio [...] Con la gente del barrio hablo de una u otra cosa. Me gusta. (Señor R.)

Al igual que los “profesionistas jóvenes *marginados*”, estudiados por Nathalie Chicoine y Damaris Rose en los barrios gentrificados del centro de Montreal, los adultos jóvenes en situación de precariedad en el plano profesional (y económico) encuentran en este tipo de barrios cierta estabilidad residencial y, al mismo tiempo, un lugar que les permite “conservar y mantener la autoestima y florecer” (Chicoine y Rose, 1998: 326).

Estando en la música, sabes, a veces resulta muy práctico vivir en el centro de la ciudad, porque siempre pasan cosas, conciertos, por los entornos, cuando menos es un lugar con mucha vida. (Señor R.)

Sin embargo, participan muy poco de la vida del barrio asociada al establecimiento de nuevos comercios (restaurantes, etcétera) y es común que muestren una postura muy crítica respecto de la evolución comercial de su barrio.

Porque ahora el problema es que los comerciantes son quienes hacen las identidades del barrio. Pero para mí, la identidad de un barrio es un poco las personas que viven en ese barrio. (Señor R.)

Relaciones de los viejos habitantes con los comercios y el barrio

En el grupo de los viejos habitantes es posible distinguir dos grandes categorías: los pioneros de la gentrificación y los antiguos habitantes de recursos modestos.⁶

Los pioneros de la gentrificación

Esta categoría agrupa individuos de 50 años o más, que viven en pareja (a veces todavía con sus hijos), a menudo propietarios de su vivienda, pertenecientes a las nuevas clases medias que, al cambiar de domicilio en la década de los ochenta en París y Lyon, y un poco

más tarde en Montpellier y Montreuil, iniciaron el movimiento de gentrificación de los viejos barrios de los centros de las ciudades que estudiamos.

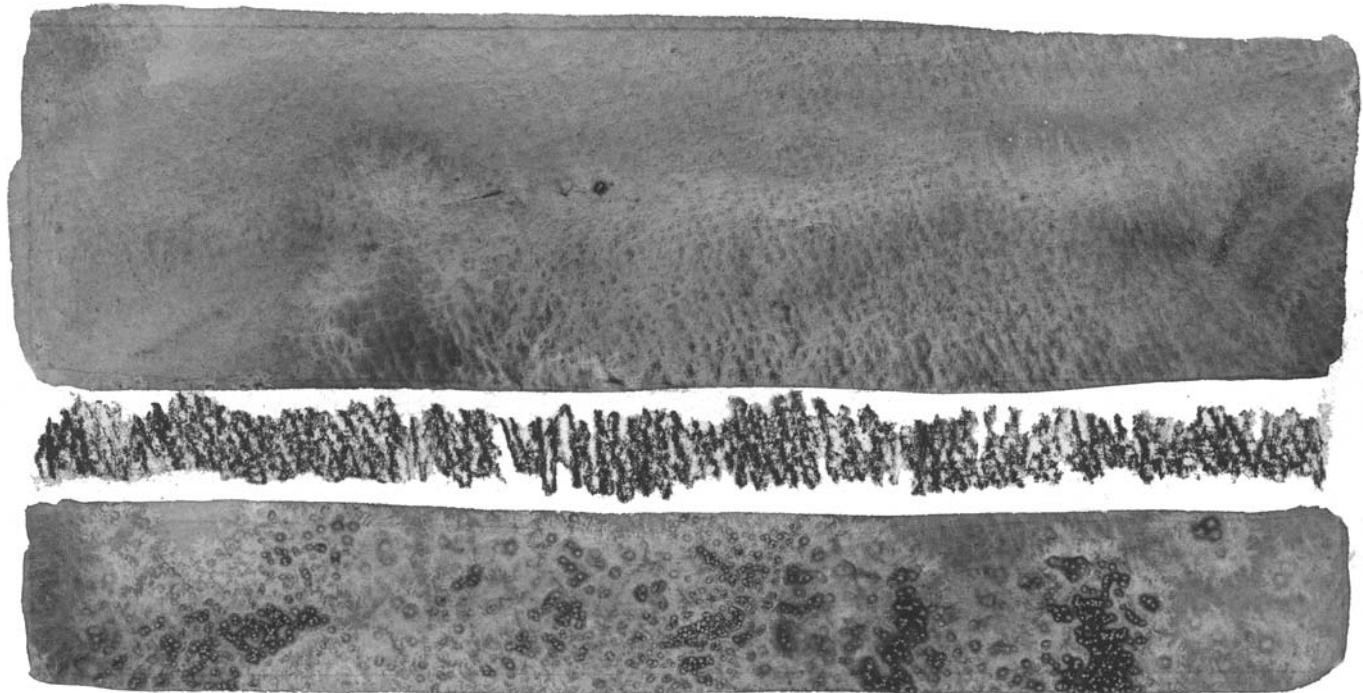
Atraídos por el aspecto “como de pueblo” y por el lado “popular” de esos barrios en el momento de instalarse, los viejos habitantes (todavía) hacen uso de los comercios de proximidad (abarrotos, estanquillo de tabaco, etcétera) situados cerca de su vivienda, incluidos los pequeños bares, y mantienen relaciones de sociabilidad con los pequeños comerciantes a quienes conocen desde hace muchos años. En cambio, los pioneros de la gentrificación no frecuentan, o lo hacen muy poco, los nuevos comercios que se han establecido en su barrio en lugar de algunos tradicionales. Por lo tanto, sus opiniones respecto a estos nuevos negocios son muy críticas.

[i]Pizzerías de turcos[!] hay 35, lugares de comida china hay cinco o seis [...] pero no hay una pescadería, no hay una carnicería, ¿cómo es eso? [...] Antes había ferreterías, había muchas ferreterías [...] Ahora de cada dos tiendas, una es un centro telefónico [...] Entonces, es verdad que esto ya es otra cosa, ha cambiado por completo. (Señor W., nacido en 1952, realizador de documentales, propietario, se instaló en el barrio Bas-Montreuil después de 1987.)

Y luego todas las plantas bajas de antes eran para reuniones locales, en departamentos o en comercios pequeños, y ahora hay antros, cafés, bares nocturnos, clubes privados. Y sólo atraían a la gente del barrio. Se dice que sobre Pentes hay una vida nocturna increíble, que siempre ha existido, pero antes era sólo para la gente del barrio o para la gente activista, quienes tenían muchas reuniones. Se trataba de hacer vínculos, no de ir a tomar una copa nada más por tomar una copa. Y ahora son privados y comerciales, sí, comerciales. (Señor L., nacido en 1953, comisionado, llegó al barrio de la Croix-Rousse después de 1982.)

Para estos viejos habitantes, el establecimiento de nuevos comercios constituye, a la vez, un elemento importante y una poderosa revelación de la transformación general de su barrio, que apenas se parece ya al barrio popular y amigable al que se mudaron hace diez, 15 o 20 años, según sea el caso. Con el paso del tiempo, el fenómeno de gentrificación que estos individuos y estas parejas (a menudo cercanos a los medios cultural y artístico) iniciaron se amplió con la llegada de nuevos

⁶ Además de estas categorías, la población de viejos habitantes también está compuesta por ancianos. Sin embargo, dado que la mayoría de ellos viven solos, no incluimos en la encuesta a personas de edad avanzada. El análisis de las respuestas en los cuestionarios de individuos que pertenecen a esta categoría permite observar que los ancianos que viven en estos barrios gentrificados de los centros de las ciudades hacen un escaso uso de los comercios cercanos a su domicilio (bares,



habitantes (“pequeñoburgueses”, “que trabajan fuera”, “que hacen las compras en las tiendas grandes” y “que se ven poco”) y la instalación de nuevos comercios (los negocios nocturnos en Pentes de la Croix-Rousse, los comercios “étnicos” en Bas-Montreuil, etcétera). Hoy en día, en estos barrios *recompuestos*, los pioneros de la gentrificación, quienes han estado ahí desde los primeros años en que se asentaron los habitantes-militantes con presencia en el barrio, tienden a sentirse “un poco perdidos” y a divergir con la vida de su barrio, sobre todo en el ámbito comercial.

...esta calle de París se ha vuelto más vivaz, más viva, y al mismo tiempo, este, está más abigarrada, mucho más, cómo decirlo, uno puede sentirse cada vez más perdido.
(Señor W.)

Si bien estas personas ahora invierten mucho menos en su barrio que antes, y si es notorio que (en total) concurren con menor frecuencia a los comercios próximos a su domicilio, es también porque han envejecido. A los 50 años o un poco más, como en el caso de otras personas del mismo grupo etáreo (Héran, 1988), la sociabilidad, en particular la amistosa, tiende a reducirse.

Salgo mucho menos.

¿POR QUÉ RAZONES?

Diría que la principal razón es que cuando regreso a casa, me da flojera volver a salir, así nada más. Y luego, hago menos cosas, porque cuando salía era sobre todo para ver los... ¡bueno!, las cosas de la militancia y pues eso ya pasó para mí... Y luego no sé, ir a ver gente, ir a platicar a un café, etcétera, creo que ya no me gusta, ¡hombre!, ya paso de eso... Ya no me interesa. (Señor L.)

Su vida social está centrada en el trabajo y en la familia, en su vivienda, en las relaciones cercanas de vecindad y, en ciertos casos, en alguna residencia secundaria que compraron o heredaron en los últimos años.

Antiguos habitantes de recursos modestos

Obreros o empleados (o conjuntos de ellos), los antiguos habitantes de recursos modestos son personas de casi 50 años que viven en pareja y con sus hijos; son por lo general propietarios de su vivienda, y desde hace muchos años habitan los barrios examinados. En contraste

restaurantes, pero también de los pequeños comercios tradicionales) y, en términos generales, contrario a una idea relativamente difundida (Ledrut, 1968; Ascher, 1995; Chalas, 2000), utilizan su barrio de manera exigua (véase el anexo 1).

con los pioneros de la gentrificación, estos individuos no escogieron ese lugar de residencia por el sitio en sí mismo sino por vivir en el centro de la ciudad.

Hace tiempo, estas personas (notablemente las esposas) fueron asiduas clientes de los “pequeños comercios” inmediatos a su hogar y establecieron muchas relaciones de sociabilidad, en especial con los ancianos que viven en su edificio o cerca de él, pero esto ya no sucede en la actualidad. Los comercios de proximidad tradicional que ellos (y ellas) visitaban tienden a desaparecer en favor de establecimientos nocturnos que ellos no frecuentan (bares, restaurantes) y que les generan múltiples molestias.

Conozco a algunos comerciantes, como el floricultor. Todos los días me acerco para decirle buen día, para hablar un poco. Son gente de antes, como la que había antes, que se detiene y platica un poco de todo y de nada [...] La noche aquí es particularmente difícil. A cualquier hora se escuchan bocinas, perros que ladran, gente que se pelea, bueno, es verdaderamente folclórico [...] Y luego, está lleno de restaurantes, de bares, y por eso es muy ruidoso. (Señora G., nacida en 1956 y ama de casa; desde 1979 es propietaria, junto con su cónyuge –empleado–, de una vivienda en el barrio Sainte-Anne en Montpellier.)

Al mismo tiempo, las personas de edad avanzada, muy estables, “atadas a su casa”, cuyos conocidos se han ido muriendo o han sido reemplazados por “jóvenes con hijos pequeños” o por estudiantes móviles (que “pasan seis meses o el tiempo de sus estudios y luego se van”), quienes llevan otro estilo de vida. Así, estos residentes tienen la impresión de ya no pertenecer a su lugar.

No me siento, no soy del todo *snob*, pero no me siento parte de... no sé, tengo la impresión de estar un poco desajustada en este barrio. Así es, es como eso.

¿DESAJUSTADA?

Bueno, yo, no, siento que, siento que la gente, si túquieres, no es como yo. No son de mi generación, este, no tenemos nada en, yo no, yo no, en fin, no sabría cómo explicarlo, este, yo, no es gente que quisiera invitar a mi casa, a que vengan a mi casa. (Señora G.)

Luego entonces, gran parte de su vida social se desarrolla fuera del barrio: pasan la semana en los centros de las ciudades –donde a veces hacen algunas compras, se reúnen para ir a un restaurante o al cine o, de vez en cuando, a una de las terrazas de café–, pero, sobre todo, en residencias secundarias (heredadas o compradas luego de algunos años) que visitan todos los fines de semana y que, con el tiempo, se han con-

vertido en su principal lugar de habitación y también en un importante sitio de aprovisionamiento.

Ahora preferimos nuestra casa de campo a nuestro departamento. Actualmente, nuestro departamento es un poco, este, de pisa y corre, digamos... Siempre nos vamos para allá los fines de semana, en las vacaciones también, entonces aquí pasamos poco tiempo [...] Casi no hacemos las compras aquí [en el barrio] porque los viernes en la noche, cuando vamos de camino a Lodèze [el lugar donde tienen su residencia secundaria] pasamos frente a un Super U en el que prácticamente compramos todo para la semana, y en Lodèze, el sábado por la mañana se pone un mercado de frutas y legumbres, así que muchas veces traemos las cosas de Lodèze. (Señora G.)

Conclusión

En los antiguos barrios centrales franceses que estudiamos, la gentrificación no se reduce a un asunto de población o de sustitución de unos hogares populares por otros de profesionistas que pertenecen a las clases media y alta; es también una cuestión de comercios, del remplazo de unos negocios por otros. En estos barrios se advierte una gran disminución de comercios de proximidad tradicional (panaderías, carnicerías, mercerías, etcétera) en favor de dos tipos de establecimientos: por un lado, los nuevos comercios de proximidad (videoclubes, tiendas de alimentos orgánicos, abarrotes abiertos hasta tarde los siete días de la semana, etcétera), los cuales tienen *una función particular* para los habitantes del barrio (o al menos para una parte de ellos); por otro lado, los nuevos comercios (restaurantes “modernos”, bares “a la moda”, etcétera), que cumplen *una función general*, en el sentido de que les conciernen “más o menos de manera regular a todos los habitantes de la ciudad” (Ledrut, 1968: 147) y, en concreto, a los turistas.

Las distintas categorías de personas que cohabitan estos barrios –que están lejos de constituirse como barrios socialmente homogéneos– utilizan los diferentes tipos de comercio de formas muy variadas. Si bien la mayor parte de los residentes, viejos y nuevos, frecuentan los comercios de proximidad tradicional, y tratan de modo cada vez más superficial a los “pequeños comerciantes” que los atienden, los nuevos comercios son objeto de usos bastante diferenciados: son utilizados en forma privilegiada por los adultos jóvenes profesionistas que se instalaron en fechas recientes, en particular por aquellos que viven solos o en pareja sin hijos. Para estos habitantes, la coexistencia de comercios de proximidad, nuevos y tradicionales, con negocios

muy abiertos al cosmopolitismo de la vida urbana satisface plenamente su deseo de conciliar cercanía y centralidad en el lugar donde viven. Sin embargo, los adultos jóvenes precarios no utilizan estos comercios nuevos y, en esencia, mantienen una relación simbólica con su barrio y se muestran muy críticos ante la evolución comercial del mismo. De igual forma, ni los antiguos habitantes de recursos modestos ni los pioneros de la gentrificación frecuentan tales establecimientos: estas dos categorías de habitantes ven en la presencia y el desarrollo de estos nuevos comercios, sobre todo de bares nocturnos y restaurantes, el principal rasgo de la *descomposición* de su viejo barrio.

Elemento importante de la identidad de los barrios gentrificados que investigamos, los comercios son el soporte y aquello que está en juego en las maneras de habitar esos barrios, a la vez distintas y en rivalidad. Contrario a otros contextos urbanos, por ejemplo Barcelona (Claver, 2003), Nápoles (Catedra y Memoli, 2003) o México (Hiernaux-Nicolas, 2003), en los cuales es posible distinguir con nitidez una *gentrificación residencial* de una *gentrificación de consumo* (o de frecuenciación), en los barrios aquí estudiados los dos fenómenos se entrelazan estrechamente, para bien o para mal, según quienes los habitan.

Bibliografía

- ASCHER, F.
1995 *Méapolis ou l'avenir des villes*, Odile Jacob, París.
- AUTHIER, J. Y. (DIR.)
1999 *Rapports résidentiels et contextes urbains*, Reporte para el Ministère du Logement, Direction de l'Habitat et de la Construction-Plan Urbanisme, Construction et Architecture, París.
2001 *Du Domicile à la ville. Vivre en quartier ancien*, Anthropos-Économica (colección Villes), París.
2004 *La Construction sociale des rapports résidentiels. Expériences, configurations, contextes*, Reporte (intermedio) para el Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement-Plan Urbanisme, Construction et Architecture, París.
- BENSOUSSAN, B.
1982 "Le recours au quartier", en *Cahiers de l'OCS*, vol. XVI, pp. 181-227 [Centre National de la Recherche Scientifique (cnrs), París].
- BIDOU-ZACHARIASEN, C.
2003 *Retours en ville. Des processus de "gentrification" urbaine aux politiques de "revitalisation" des centres*, Descartes & Cie, París.
- CATTEDRA, R. Y M. MEMOLI
2003 "La réappropriation du patrimoine symbolique du centre historique de Naples", en C. Bidou-Zachariasen, *Retours en ville. Des processus de "gentrification" urbaine aux politiques de "revitalisation" des centres*, Descartes & Cie, París, pp. 147-173.
- CHALAS, Y.
2000 *L'Invention de la ville*, Éditions Économica, París.
- CHALVON-DEMERSAY, S.
1984 *Le Triangle du xix^e: des nouveaux habitants dans un vieux quartier de Paris*, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, París.
- CHALVON-DEMERSAY, S. Y É. CLAVERIE
1979 "Le 'Triangle' du xix^e Arrondissement", en *Archives de l'OCS*, vol. II, pp. 26-52.
- CHICOINE, N. Y D. ROSE
1998 "Usages et représentations de la centralité: le cas de jeunes employés du secteur tertiaire à Montréal", en Y. Grafmeyer y F. Dansereau (eds.), *Trajectoires familiales et espaces de vie en milieu urbain*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, pp. 315-333.
- CLAVER, N.
2003 "La Ciutat Vella de Barcelone: rénovation ou gentrification?", en C. Bidou-Zachariasen, *Retours en ville. Des processus de "gentrification" urbaine aux politiques de "revitalisation" des centres*, Descartes & Cie, París, pp. 127-146.
- FRANCQ, B. Y X. LELOUP
2002 "Espace multiculturel et construction du rapport à l'autre: figure du jeune isolé et relations entre les générations", en *Espaces et Sociétés*, núms. 108-109, pp. 71-88.
- GLASS, R.
1963 *Introduction to London: Aspects of Change*, Center for Urban Studies, Londres.
- HAMNETT, C.
1996 "Les aveugles et l'éléphant. L'explication de la gentrification", en *Strates*, núm. 9, pp. 55-80.
- HÉRAN, F.
1988 "La sociabilité, une pratique culturelle", en *Économie et Statistique*, núm. 216, pp. 3-22.
- HIERNAUX-NICOLAS, D.
2003 "La réappropriation de quartiers de Mexico par les classes moyennes: vers une gentrification?", en C. Bidou-Zachariasen, *Retours en ville. Des processus de "gentrification" urbaine aux politiques de "revitalisation" des centres*, Descartes & Cie, París, pp. 205-240.
- LEDRUT, R.
1968 *Sociologie urbaine*, Presses Universitaires de France (PUF), París.
- LEHMAN-FRISCH, S.
2002 "Like a village": les habitants et leur rue commerçante dans Noe Valley, un quartier gentrifié de San Francisco", en *Espaces et Sociétés*, núms. 108-109, pp. 47-69.
- LÉVY, J. P.
1993 *Logiques politiques, logiques résidentielles et marché local de l'habitat. Étude des chaînes de vacance à Montreuil*, Institut de Sociologie Urbaine.
2003 "Gentrification", en M. Segaud, J. Brun y J.C. Driant (eds.), *Dictionnaire de l'habitat et du logement*, Armand Colin, París, pp. 199-201.
- SMITH, N.
1999 "À propos de yuppies et de logements, la gentrification, la restructuration sociale et le rêve urbain", en *Géographie, Économie et Société*, núm. 1, pp. 157-189.

Anexo 1
Relaciones de los ancianos con los comercios y el barrio

Tabla 5
Frecuentación de comercios
(%)

	Ninguno	1-2	3-4	5 o +	Total
Pensionados	14.5	32.2	27.0	26.3	100
Población total	10.7	29.4	30.5	29.5	100

N=1 341

Tabla 6
Frecuentación de bares
(%)

	A veces	A menudo	Nunca	Total
Pensionados	8.6	14.5	77.0	100
Población total	23.2	24.0	52.8	100

N=1 341

Tabla 7
Índice de usos del barrio*
(%)

	Escaso	Medio	Elevado	Total
Pensionados	41.4	45.4	13.2	100
Población total	22.4	43.3	34.3	100

N=1 341

* El índice de uso del barrio de las personas, investigado mediante cuestionario, se construyó con base en información variada relativa a la frecuentación de los comercios, de los bares y de los parques públicos situados en el barrio; las actividades de ocio y las salidas nocturnas practicadas en el barrio (Authier, 2001).