

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
Tesis Licenciatura en Sociología

Bares consumidos :
la desaparición de los bares de Montevideo

Ana Laura Gudynas
Tutor: Felipe Arocena

2011

ÍNDICE

Introducción	2
Antecedentes y Relevancia del Tema	4
Problema de Investigación	5
Objetivos; Unidad de Análisis y Relevamiento	6
Hipótesis de Investigación; Variables	7
Indicadores	8
Metodología Utilizada	9
Entrevistas	9
Marco Teórico	12
Ciudad, Ciudadano	13
Consumo, Consumidor	15
Segregación Urbana	19
Debates sobre la Modernidad y la Posmodernidad	23
Historia y Definición de los bares	31
<hr/>	
Análisis	33
<hr/>	
Conclusiones	46
Programas, Proyectos	49
Bibliografía	50
Anexo	52
Anexo Metodológico	59

INTRODUCCIÓN

Esta investigación busca comprender el fenómeno de los bares de barrio. El sentido común y un poco de observación detallada, muestran su desaparición. Ya no encontramos un bar en cada esquina. Lo que se intentará aquí, es, mediante las distintas entrevistas analizar el porqué de su desaparición. ¿Se debe a un posible cambio en las pautas de consumo? ¿Pero cuáles son estos cambios? ¿Esto provoca que deje de ser rentable? ¿En qué influyen las propias transformaciones que han sufrido los barrios? ¿Y el nuevo rol de la mujer en la sociedad? ¿Su participación se ve, de alguna forma, vinculada a la desaparición de los bares de barrio? Y respecto a aquellos bares de barrio que se han modernizado, que han renacido, ¿Qué han cambiado? Y lo más importante, ¿Por qué lo han hecho algunos y otros no?

Todas estas son preguntas (entre muchas otras) que guían la presente investigación.

Recorriendo la ciudad, podemos encontrar dos tipos de bares a los que se hará referencia en este trabajo. Entendemos aquí por “Bar de Barrio”, aquellos bares que mantienen muchas características del clásico bar antiguo: no han realizado cambios en la infraestructura, mantienen un horario de atención limitado (por ejemplo, de 8 a 17 horas), no les interesa recibir clientela joven, no hay luces modernas, no hay parlantes que pasen música, entre otras características. Pueden incluirse dentro de este término, los bares: Nuevo Rey, Gran Arenal, Montevideo Sur, Bar Mago, y Cavalieri (actualmente almacén).

En el otro extremo está el “Bar Modernizado”. Son aquellos bares que mantienen características tradicionales (por ejemplo el típico mostrador de mármol) pero han realizado cambios importantes: innovaciones en el menú, acompañar los nuevos horarios de las salidas (cerrando a las dos o tres de la mañana), haciendo el ambiente amigable para un amplio espectro de edades, incluyendo a los jóvenes. Pueden considerarse como ejemplos el Bar Tabaré y el UniBar, entre otros.

Como punto medio entre ambos tipos, aunque más cerca de los bares de barrio, se encuentra el bar El Hacha y el bar Copacabana.

Cabe aclarar que el término “Modernizado” no se utiliza en directa relación al término “sociedad moderna”. La discusión modernidad – posmodernidad se abordará en esta Tesis para vincular las características de los bares con las distintas características de cada tipo de sociedad.

En las entrevistas realizadas se encuentran diversas explicaciones asociadas a la desaparición del “Bar de Barrio”. Todos coinciden en que *algo* cambió. La dificultad aparece a la hora de especificar y definir ese *algo*. Sin embargo, no todos coinciden en lo necesario de la modernización: algunos la lograron, otros la desean y otros le rehuyen.

Interesa también, profundizar en la percepción que tienen los entrevistados sobre los cambios en las pautas de consumo y conducta y como éstas afectan puntualmente al “Bar de Barrio” y cómo afectan (si lo

hacen) a un “Bar Modernizado”. Dentro de estos cambios, se profundizará particularmente en la transformación que han sufrido los barrios, y si afectan o no a los bares: tanto en la desaparición de algunos, como en el auge de otros.

Como reflexión final surgen diversos aspectos: ¿Los bares de barrio no se modernizan pues buscan recuperar el espacio perdido? El trabajo aparenta demostrar que no se han modernizado por razones principalmente personales, y en segundo plano, locativos. Se verá una fuerte correlación entre el barrio y las posibilidades de modernización de un bar.

Bauman (2007) manifiesta que la sociedad evalúa a sus miembros, y le brinda lo que ellos supuestamente quieren, ya que es el propio individuo el que finalmente hace peso en la decisión de qué consumir y qué no. Lo que sugieren las entrevistas y la locación de los bares modernizados, es que los individuos han decidido consumir en determinados espacios geográficos y simbólicos, que los han dotado de ciertas características “consumibles”, pero que son espacios limitados y no para todos.

A lo largo de este trabajo, espacio geográfico y simbólico irán muy de la mano, haciendo referencia a la importancia que tiene actualmente la ubicación de un establecimiento, el espacio geográfico que ocupa en una sociedad que evalúa y jerarquiza todo; y el espacio simbólico: una lucha entre un espacio barrial, antiguo y que selecciona sus clientes, y un espacio actualizado, acoplado a una zona geográfica determinada, muy bien valuada por los individuos, que selecciona según locación y clase social, pero que quizás también busca recuperar un espacio simbólico histórico.

Es importante aclarar que no se pretende aquí dar respuesta a todas las preguntas que se han planteado como guía. El objetivo de este trabajo busca poner en discusión y llevar al análisis, intentando dar un paso más allá de lo mencionado al principio: el sentido común y la observación detallada.

ANTECEDENTES Y RELEVANCIA DEL TEMA

Existen varios estudios referidos a la segregación urbana y las pautas de consumo, tanto en ciudades latinoamericanas como dentro del Uruguay. Algunos ejemplos son los trabajos de D. Veiga y A. Rivoir, *Desigualdades sociales en el Uruguay, Estructura social y tendencias recientes: Paysandú* (2004), *Fragmentación socioeconómica y desigualdades en Uruguay: el caso de Colonia, Maldonado y Salto*, entre otros estudios que vinculan la segregación urbana con diversidad de temas como la fragmentación socioeconómica, las políticas públicas. También haré referencia a los Documentos de Trabajo presentados por V. Filardo y C. Muñoz *Vejez en el Uruguay: ¿Hacia una sociología de las relaciones de edad?* Y el de V. Filardo, C. Muñoz, S. Aguiar, G. Chohuy, L. Noboa, E. Rojido, P. Schica y E. Frías, *Las clases de edad y el uso de los espacios urbanos. Análisis de cinco grupos de discusión*. De todas maneras, ningún estudio se centra en nuestro punto de investigación, que es la desaparición de los bares y todo lo que ello pueda implicar referente a los cambios en las pautas de consumo, a nuevas formas de segregación urbana, a nuevos usos de espacios urbanos, a los cambios en los propios barrios y otros.

La primera etapa de la Investigación está centrada en la comprensión teórica de los conceptos fundamentales a tratar, y en la interrelación de diferentes autores y teorías que puedan aproximarse a explicar los cambios mencionados. El interés es profundizar en forma teórica en las hipótesis planteadas y en las preguntas de investigación que han surgido durante todo el proceso de armado de este proyecto de Investigación. La segunda etapa es la parte metodológica, el trabajo de campo y el posterior análisis.

Esta publicación busca aportar nuevos conocimientos en relación a los cambios de la vida urbana y los cambios en las pautas de consumo: si uno determina al otro o si se dan simultáneamente. Por tratarse de un proyecto estudiantil y que además no cuenta con ningún tipo de financiación económica, se estudia el caso puntual de los bares de barrio de Montevideo. Pero se intentará a partir de ellos, extrapolar conclusiones que permitan profundizar y analizar críticamente en los fenómenos mencionados: **porqué desaparecen los bares, porqué algunos permanecen, porqué algunos se modernizan, porqué algunos los eligen**. Y quizás también, colaborar en las iniciativas existentes por parte de distintos entes del Gobierno que buscan reflotar el espacio del bar de barrio, ya sea por su condición tradicional e histórica, y/o por su condición social.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

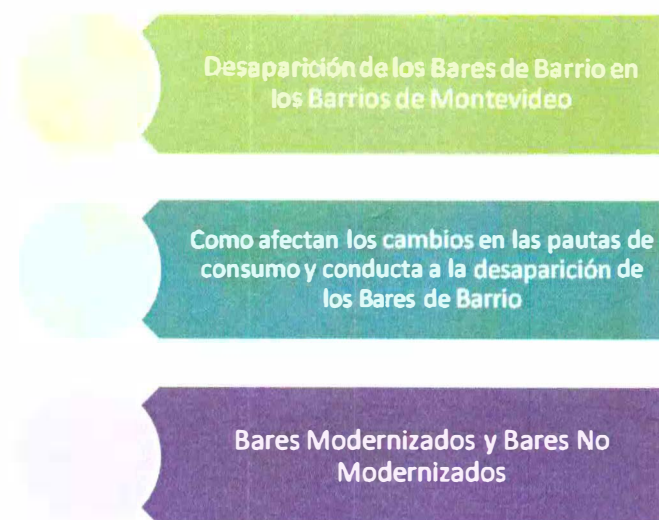
[1] Se investigará la **desaparición de los “bares de barrio” en distintos barrios de Montevideo**. Esta será una de las líneas de investigación, descubrir cuáles son los elementos que, según la percepción de los individuos entrevistados, han influenciado para que dichos bares estén desapareciendo.

[2] En segundo lugar, otra línea de investigación está relacionada con los **posibles cambios en las pautas de conducta y consumo, y como las mismas podrían afectar en la desaparición de los bares de barrio**.

[3] Como última línea de investigación, se intentará descubrir **porqué algunos bares de barrio han decidido modernizarse y adaptarse a lo que aparentemente demanda el mercado, y como otros no**, aunque aún se mantengan en el mismo.

En concreto, la idea es estudiar, a través de las entrevistas realizadas, los cambios en las pautas de consumo que provocarían el cierre de muchos bares de barrio, y la modernización de algunos otros. Se evaluará si los entrevistados coinciden entre ellos o no, si su edad influye en el tipo de respuestas, si su ubicación geográfica influye, entre diversos aspectos que vayan limitando el discurso de cada entrevistado.

Se pueden resumir las tres líneas de investigación en el siguiente esquema:



OBJETIVOS

Este trabajo se genera en el contexto del Taller de Investigación de Sociología Urbana y Regional (2009-2010) y culmina en la realización de esta Tesis de Grado. El *leit motive* de este trabajo, es tratar de **buscar las conexiones entre los cambios en las pautas de consumo (y otros cambios) que se ven reflejados en los cambios urbanos de los distintos barrios (afectando puntualmente en los bares) y como inciden uno en el otro modificándose continuamente.**

Como objetivos generales se plantea:

[1] Identificar el porqué de la desaparición de los bares de barrio. Entender esto permitirá reconocer qué pautas en el consumo y en la sociabilización han cambiado.

[2] Identificar alguna relación entre los bares y los barrios a los que pertenecen. Se comprobará (o no) si existe alguna relación entre el bar y el barrio, y si eso tiene que ver con la modernización de algunos bares, frente a otros.

[3] Identificar cómo y porqué algunos bares de barrio se han modernizado y otros no. A partir de esto se podrá diferenciar qué busca un bar “modernizado” de uno que no se ha modernizado y así intentar comprender el porqué de esta diferencia, vinculándolo también con una posible relación barrio-modernización.

Como objetivos más específicos, interesa saber cómo afectó a esto la transformación de los propios barrios y el rol de la mujer en la sociedad.

El cumplimiento de estos objetivos permitirá contestar alguna de las preguntas iniciales, tomando la opinión de diferentes personas en diferentes situaciones. Permitirá también obtener un pantallazo mínimo de la situación actual de nuestra sociedad, enfocado desde el uso y apropiación de ciertos espacios, y como éstos están relacionados no solo a la clase social, sino también al grupo de pertenencia, al barrio y a la edad.

UNIDAD DE ANÁLISIS Y RELEVAMIENTO

La unidad de análisis coincide en este caso con la unidad de relevamiento. Serán las personas dueñas de bares de barrio, ya sea éste modernizado o no. En segundo lugar, se elegirán diversos informantes calificados, vinculados a la temática ya sea por interés personal o profesional.

HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

En los últimos años, las pautas de consumo y de conducta han ido cambiando y generarían la desaparición de los bares de barrio. En esto habría influido directamente la propia transformación de los barrios y el rol de la mujer en la sociedad.

La modernización del bar de barrio, estaría directamente relacionada con su ubicación barrial.

Las **Variables** identificadas son:

Variable Dependiente	[A] Desaparición de los bares de barrio [B] Modernización de los bares de barrio
Variable Independiente	[A] Cambios en las pautas de consumo [B] Cambios en la conducta [C] Ubicación barrial
Variable Contextual	[A] Montevideo
Variable Intermediaria	[A] Transformación de los barrios [B] Rol de la mujer en la sociedad

Finalmente, se presentan algunos **indicadores** que servirían para medir las variables:

Variable	Indicador	Definición
Desaparición de los bares de barrio	Nuevos Espacios Urbanos	Este indicador se medirá mediante la percepción de los individuos respecto a la desaparición de los bares y respecto a la elección de lugares a dónde salir.
Modernización de los bares de barrio	Bares de barrio que hoy en día están modernizados	Este indicador se medirá en directa relación con los bares de barrio que hoy en día están modernizados: qué modernizan, qué cambios realizan, a qué apuntan.
Pautas de Consumo	Cambio en las pautas de consumo	Este indicador también se medirá en base a la percepción de los entrevistados y en base al cuestionario entregado en el Grupo de Discusión, haciendo hincapié en la tecnología y propaganda
Conducta	Cambio en la conducta	Este indicador se medirá en base a los cambios en la interacción social, a la idea de individualidad vs. colectivo, a la percepción de inseguridad y como ésta puede influir y a los hábitos concretos de conducta que manifiesten los entrevistados.
Ubicación Barrial	Localización barrial de los bares de barrio modernizados	Este indicador intentará asociar a los bares de barrio modernizados con su locación barrial.
Transformación de los barrios	Cambios en los barrios de Montevideo	Este indicador se basará en la percepción de los individuos entrevistados, haciendo hincapié en el cierre de fábricas o empresas en el barrio, en la creación de los shoppings, entre otros.
Rol de la Mujer	Rol de la Mujer en la sociedad actual	Comparación del rol de la mujer según la percepción de los entrevistados.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Dadas las características del trabajo, se eligió para el mismo utilizar el paradigma cualitativo de investigación. Según S.J. Taylor y R. Bogdan (1992), los rasgos de la Investigación Cualitativa son: **a)** Investigación inductiva o cuasi inductiva: porque el camino metodológico tiene relación con el descubrimiento y con el hallazgo, se va desde lo particular de cada historia individual, a lo general, y no tiene tanto que ver con la comprobación. **b)** Es holística, porque el investigador intenta ver el escenario y los actores en una perspectiva de totalidad. **c)** Es interactiva y reflexiva, porque el investigador es sensible al efecto que él mismo causa en las personas y en el escenario. **d)** Humanista, porque el investigador busca acceder por medio de distintos métodos a lo personal como experiencia particular. Y finalmente, no deja de ser **f)** rigurosa, porque también busca resolver los problemas de validez y confiabilidad, mediante la exhaustividad y el consenso intersubjetivo.

En concreto, la realidad es estudiada desde dentro y el investigador no trata de imponer una neutralidad ni ser objetivo. El proceso de análisis es cualitativo y el proceso de investigación es interactivo, no sigue la lógica de un diseño armado y duro, sino que es flexible. Se toman en cuenta los hechos particulares y a partir de ellos se establecen agregados de datos, de acuerdo a categorías. Hay varios métodos de Investigación Cualitativa. Este trabajo se centrará en las Entrevistas cualitativas.

{a} Entrevistas

Siguiendo a los mismos autores, la elección del método de Investigación debe estar determinada por los intereses del investigador, por las circunstancias del escenario y por las limitaciones prácticas a las que esté sometido el Investigador. En este caso en particular, se cuenta con limitaciones de tiempo, financiación, experiencia y equipo de colaboradores, por lo que las Entrevistas son un método que facilita en estos casos la investigación pues permite estudiar la vida social en una atmósfera donde el entrevistado pueda expresarse (idealmente) en forma libre, y a partir de su discurso, podemos extrapolar conclusiones y generalizaciones.

Una entrevista cualitativa es dinámica, flexible, abierta y sigue un modelo de conversación entre iguales.

La idea es generar confianza con el entrevistado para que pueda expresarse. Se debe tomar en cuenta que el Discurso, tal como ya lo decía Foucault, no es sólo lo que el individuo dice, sino también lo que ha dicho y lo que dirá, e incluye también parte del lenguaje no verbal, más concretamente *episteme* como él lo llama. Entonces el nivel de análisis que sale a partir del discurso del individuo, es lo más fundamental que tiene esta investigación y esto solo puede lograrse si el entrevistado se siente cómodo, cosa que depende absolutamente del entrevistador. Hay que guiar con discreción y sin interrumpir, intentando profundizar en los aspectos claves, siendo claro y preguntando sin inducir ningún tipo de respuestas. (Valles, 1997)

Para armar las pautas de entrevista, se tomará en cuenta que se deben hacer preguntas primero que sean generales y de fácil entendimiento, para luego pasar a más complejas y finalizar con preguntas de cierre. Es

importante especificar que se le aclarará a los entrevistados la confidencialidad y el porqué de la entrevista y de este trabajo.

Finalizado el trabajo de campo, el análisis se realizará categorizando en función de los indicadores previamente mencionados.

Entrevistas a realizar (Pautas de entrevista: Ver Anexo Metodológico)

1. Entrevistas a informantes calificados

Se busca contactar personas relacionadas a la temática de los bares de barrio, que desde su punto de vista profesional o personal puedan aportar a la Investigación aclarando conceptos, especificando la visión de alguna Institución relevante, etc. En este contexto, se han contactado las siguientes personas:

* Vicepresidente del Centro de Almaceneros Minoristas, Baristas, Autoservicistas y Afines del Uruguay (CAMBADU), Daniel Fernández.

Justificación: Gracias a la iniciativa de CAMBADU se logró la aprobación del Decreto Municipal N° 30.168 que conformó la Comisión de Apoyo y Promoción de Comercios con Giro de “café y bar” o “almacén y bar”, conformada por la IMM, el Ministro de Turismo y CAMBADU. El objetivo de esta Comisión es conservar este tipo de negocios que han tenido una importante significación en la vida de la ciudad, tratando de que su gestión sea sustentable y manteniendo los valores más significativos que ellos brindaban. Además, CAMBADU destaca 27 bares característicos de barrio.

Objetivo: Recibir una explicación más profunda sobre la creación de la Comisión mencionada, cuáles son sus planes a futuro, de qué tipo de bares hablan ellos cuando hablan de “bares de barrio” y por qué han destacado determinados bares. Se intentará ahondar en la importancia que le dan y averiguar también qué piensan sobre la hipótesis de este trabajo.

* Historiador, periodista y escritor Alejandro Michelena

Justificación: Alejandro Michelena es un historiador y escritor especializado en la historia de los Bares de barrio, tanto de Montevideo como de Buenos Aires. Es autor de varios títulos y recientemente publicó un libro con la historia del Café Tortoní de Buenos Aires, y aquí en nuestro país el libro “Crónicas de los Cafés Montevideanos”. A su vez, dicta varias charlas relacionadas al tema, principalmente en el marco de Boliches en Agosto.

Objetivo: Por medio de esta entrevista, se busca saber qué entiende él por bar de barrio y qué piensa sobre la desaparición de los mismos. Qué opina sobre la necesidad de modernizarse y de la desaparición de un espacio social de integración.

* Coordinadora del evento Boliches en Agosto, Geraldine Montaña.

Justificación: El interés de contactarla reside en profundizar en la creación y propuesta Boliches en Agosto, dada su posición en el Ministerio de Cultura y en la Comisión Organizadora de Boliches en Agosto.

Objetivo: Profundizar en esta actividad y en el porqué de su creación. Saber que bares son elegidos para participar, qué público es el que concurre, y si lo hacen con el afán de reflotar este espacio social.

* Julio Toyos

Justificación: A raíz de un comentario que realizase el periodista en el programa *Esta Boca es mía* (Canal 12) el miércoles 13 de Enero de 2010, en un programa sobre los medios de comunicación es que se decide contactarlo por pertenecer a la generación de personas que concurrían a los bares y resulta interesante su visión y su aporte.

* Gabriel Calderón

Justificación: Por considerarlo una gran influencia en lo que es el Teatro Uruguayo, y por ser de una generación más joven a la típica de los bares de barrio, resulta de interés saber si frecuenta bares o no, si los mismos le gustan, y aquél espacio que una vez dio el bar de barrio para el teatro, hoy en día lo sigue dando o se encuentra en otros espacios.

2. Entrevista en profundidad a dueños de bares de barrio

Justificación: Los dueños y trabajadores de los bares pueden brindar mediante su experiencia y recuerdos información relevante.

Objetivo: Primeramente, ahondar un poco en la historia del bar. Cómo era antes y cómo es hoy en día, desde el menú que se sirve, el horario de atención y el típico de clientes que los frecuentan. En segundo lugar, saber qué piensan sobre la desaparición de los bares de barrio y a qué creen que se debe esto, haciendo especial hincapié en las transformaciones de los barrios y de conducta de las personas. Finalmente, en aquellos bares de barrio que se mantienen igual que antes, saber el porqué de esto, si lo hacen por cuestiones económicas, de tiempo, etc. Y en el caso de aquellos bares que sí se han modernizado, averiguar también el porqué. También interesa como complemento, averiguar si el tema de la seguridad les ha afectado algo, si los otros bares eran percibidos como competencia, buscar anécdotas, entre otros temas.

En el Anexo se presenta un listado de los bares contactados, así como también la ubicación del bar y una breve descripción del mismo.

MARCO TEÓRICO

Es importante comprender, aunque sea en parte, los procesos que ha vivido nuestra ciudad, pues influyen directamente en las transformaciones que serán mencionadas.

Centrándonos en Montevideo, hay publicados diversos estudios. Uno de ellos, presentado por Kaztman, Filgueira y Errandonea (2005), se "*consideraba a Montevideo como una ciudad modelo, cuyo funcionamiento reflejaba una sociedad de cercanías, culturalmente homogénea, con una temprana universalización en la cobertura de los derechos sociales básicos, igualitaria*" (2005:369), y como en los últimos años las fuertes fragmentaciones han dejado de clasificarla como tal. Dos grandes cuestiones provocan esto:

En primer lugar la influencia económica: Antes de 1950, la ausencia de capital económico generaba espacio para el desarrollo de micro y pequeñas empresas, lo que implicaba que el sector informal (con características particulares como el origen inmigrante y con un nivel educativo menor que las clases medias nativas), conformado por dueños de bares, por almaceneros, zapateros, etc., pudieran desarrollarse. Estas cuestiones cambian con la instauración del modelo de desarrollo más liberal a principios de 1990. **Una de las consecuencias que tiene esto es el creciente distanciamiento social entre las clases, que se ve en la localización espacial y en el uso de servicios diferenciados.** Aquí tenemos una primera línea de algo que aparecerá muy marcado en las diversas entrevistas. Los barrios delimitarán no sólo quienes van y quiénes no. Sino que tipo de servicios son rentables y cuáles no, aumentando esta localización espacial.

El modelo neoliberal trajo consigo crecimiento económico pero desigual. No solo muchas pequeñas y medianas empresas cierran, sino que la sociedad aquí comienza a fragmentarse, ya que los individuos que tenían acceso al almacenero, al zapatero y al bar de la esquina, dejan de tener estos espacios y los nuevos sustitutos (shopping, supermercados, pubs) no son abarcativos para todos los niveles socioeconómicos.

En otro estudio de Kaztman y Wormald (2002) se especifica que entre 1991 y 1998 la brecha entre ocupaciones ha tendido a incrementarse, favoreciendo sectores ocupacionales con mayores calificaciones, castigando así a los menos favorecidos, excluyendo amplios sectores de la población.

En segundo lugar la influencia de la inseguridad: Según la composición social de los barrios, los autores afirman que Montevideo se estructura en cuatro tipos ideales: **a)** Migrantes internos que llegan a la ciudad atraídos por ofertas de empleo, **b)** Obreros localizados en torno a sus lugares de trabajo, **c)** Barrios heterogéneos y populares, con asalariados del sector formal e informal, pequeños empresarios y comerciantes y **d)** Familias desplazadas de la ciudad a la periferia, con educación precaria. Segmentos de la población urbana que quedaron fuera del mercado formal y estatal se ven desplazados.

También en el análisis de la relación entre las características de la población y los comportamientos delictivos, surgen en forma combinada tres factores: **a)** Debilitamiento de los lazos con el mercado laboral (y esto produce segregación por familias urbanas desplazadas a la periferia), **b)** Crecimiento de la influencia de los

medios de comunicación en los estratos más bajos, donde se difunden en forma masiva y además se legitiman metas de consumo y e) Segmentación en los servicios de educación, salud, lugares de esparcimiento, que crean separación de ámbitos de interacción entre las clases lo que amplía la segregación.

Finalmente, usando como referencia el estudio de D. Veiga y A. Rivoir (2004), se toma un punto muy importante, y es el comentario acerca de las clases medias: muchas veces se cree que la ciudad “global”, con sus transformaciones en la actividad industrial y la expansión de los servicios, llevaría a una estructura social segmentada en forma dual. Sin embargo, estudios citados en este trabajo, manifiestan que esta desigualdad social entre los dos extremos de la población urbana se dan no en forma dual, sino fragmentada, con una diversificación de la estructura social. Y esto es importante porque refleja la influencia en las ciudades de los procesos de reestructuración económica y cambios en el ámbito laboral. La nueva composición de hogares y los roles familiares, sumado a la diversificación de las pautas culturales y de consumo, son cambios que inciden mayoritariamente en las clases medias, que se ven reflejados en **la diferenciación y localización de la población en el espacio urbano**. Y no solo la localización de la población, sino, en la localización de los servicios, de los lugares de esparcimiento.

Conceptos relevantes

Ideas claves atraviesan este trabajo, y las diversas definiciones, ideas y teorías de los autores consultados ayudan no solo a ahondar más en el tema sino a ir anticipando líneas de conclusión. Dentro de los autores seleccionados, una línea maneja que el individuo debe hacerse responsable de su ciudadanía y de sus propias elecciones de consumo. Son “culpables” al elegir determinados productos o servicios. La otra línea, “culpa” mayoritariamente a los cambios en la sociedad y la globalización, a la propaganda y los cambios en las pautas de consumo. La idea de mezclar estos autores es encontrar la explicación más abarcativa e intentar no dejar de lado ninguno de los dos aspectos, ya que al menos por el momento no es posible establecer un determinante, sino que son variables que todas influyen de una manera u otra sobre la desaparición de los bares.

{a} Ciudad, Ciudadano

Citando a Castells (1985), se definirá “lo urbano” como *“una forma particular de ocupación del espacio por una población”* (1985:16), o sea que se refiere a que una acumulación de individuos (alta densidad) tendría como consecuencia visible una diferenciación funcional y social que se hace cada vez mayor. A partir de esto, podemos tomar la definición de ciudad como *“el lugar geográfico donde se instala la superestructura político-administrativa de una sociedad que ha llegado a un tal grado de desarrollo técnico y social que ha hecho posible la diferenciación del producto entre reproducción simple y ampliada de la fuerza de trabajo (...)”*

(1985:19), no es un lugar de producción, sino es un lugar de gestión y dominación ligados al aparato político-administrativo.

Para Robert E. Park (1967), la ciudad es *“un estado mental, un cuerpo de costumbres y tradiciones. (...) no es (...) un mero mecanismo físico o una construcción artificial, sino que está inmersa en el proceso vital de la gente”* (1967:3). La ciudad es el hábitat del hombre, y por eso es caracterizada por su peculiar tipo de cultura. O sea, la ciudad se forma, se entrelaza, con los hábitos de los individuos, con gustos personales, intereses, etc., que clasifican y segregan a la población.

Para C. Thiebaut (1998), ciudad es *“Una colectividad de individuos organizada según determinadas creencias, normas y procedimientos que coordinan la acción común y las acciones individuales para afrontar problemas y solventar conflictos”* (1998:24). Y el ser ciudadano, implica no solamente pertenecer y sostener (incluso en forma crítica) estas normas, creencias y procedimientos; sino que también implica el poder modificarlas: *“hacer la ciudad es la manera de hacerse ciudadano”* (1998:25). La primera cuestión que surge pensando en esta expresión, es la idea Durkhemiana de que la sociedad es más que la suma de sus partes, y aún más que eso: el construir la ciudad es nuestra forma de participar en ella, de ser efectivamente ciudadanos. Por su parte, para García Canclini (1995) ser ciudadano no solo tiene que ver con los derechos que el Estado reconoce, sino que implica también **reconocer las prácticas culturales y sociales que le dan al individuo sentido de pertenencia**. Este autor habla de repensar la ciudadanía en conexión con el consumo. En relación al tema de investigación, la idea resulta interesante pues antes, los bares de barrio generaban cierta identidad de género (*los hombres van al bar*) y también identidad de clase (clase media, obreros trabajadores, empleados, etc.). Las transformaciones sociales y culturales, influyen directamente en las transformaciones de lo que es “ser ciudadano” y pertenecer a una “ciudad”. ¿Cuál es la identidad del ciudadano actual?

Hoy en día las prácticas que generan identidad han ido cambiando. Para Bauman (1996) el problema moderno de la identidad era cómo crearla y que fuera perdurable. El problema posmoderno es evitar que la identidad se mantenga fija: el objetivo es tener identidades cambiantes. En *“Mundo Consumo”* (2010) el autor plantea que la formación de identidades es un proceso que ocurre durante toda la vida pero nunca será completo, pues la identidad nunca es definitiva. Los individuos se mueven entonces, buscando la identidad que más los complete en una determinada partida de la vida. En la siguiente, buscarán otra, y se irán reajustando según las condiciones de vida, oportunidades y amenazas que vayan presentándose frente al individuo. Esta adaptación frente al cambio, podría resultar más sencilla para las personas más jóvenes, quedando rezagados quizás aquellos de generaciones anteriores. Tal vez los rápidos cambios que se han dado en la sociedad, no resultan fácilmente asimilables para todos. La identidad que parece estar “de moda” es justamente la del ciudadano-consumidor, que debe tener ciertas cosas, hacer ciertas otras, para pertenecer a aquello que otros ciudadanos han calificado como lo indicado, lo adecuado, etc.

Finalmente, se hará referencia al texto “*Antropología de Consumo*” (2008), menciona la necesidad de ampliar la categoría ciudadano a la de ciudadano-consumidor. Si bien hay cierto consenso en asociar el término ciudadano con el ideal griego, el de la república romana, y el libertad-igualdad-fraternidad francés, las variantes son diversas. En este libro las autoras mencionan cuatro generaciones en lo que respecta a la concepción de consumo y ciudadano: **a)** hace referencia a la fundación de los derechos entre los siglos XVIII y XIX que son los derechos civiles (vida, libertad de decisión, propiedad, etc.), luego **b)** en el siglo XX los derechos sociales (trabajo, educación, salud, vejez, etc.), a **c)** fines del siglo XX aparecen los derechos de grupos, que incluyen por primera vez en esta instancia a los derechos del consumidor (entre otros como a la paz, al medio ambiente sano, niños, adolescentes, etc.). Finalmente **d)** la cuarta generación serán derechos derivados del uso de la ingeniería genética y su relación con la bioética.

Las autoras advierten el riesgo de caer en el *consumismo*, que es el tipo de consumo que se desarrolla y promueve actualmente en los países ricos, y gracias a la globalización es también “anhelado por los pobres”. El modelo deseado es vivir para consumir, es “*compro luego existo*”. Lo que se debería buscar es el consumo ciudadano: un individuo libre que pueda elegir entre diferentes alternativas (¿existen en nuestro país?), que esté informado de sus derechos. Se basa en el saber elegir, y también reconocer y aceptar que **las decisiones de consumo no son neutras**, porque con cada bien o servicio que un individuo consume, está dando **un voto a una forma determinada de producción, de comercialización y por lo tanto, de un estilo de consumo**. Se plantea la interrogante sobre si los individuos dejaron de *votar* a los bares de barrio, o si en realidad no son consumo ciudadanos, ya que sus elecciones no fueron bien informadas sino fueron más bien manipuladas por los mensajes propagandísticos que legitiman pautas de consumo inalcanzables para muchos, pero que probablemente las alejan del bar de la esquina. En relación a esto, se profundiza sobre el concepto de Consumo y Consumidor en la siguiente sección.

{b} Consumo, Consumidor

Mucho hay escrito a este respecto, y se han seleccionado autores para profundizar sobre las múltiples acepciones de esta palabra que ya simboliza un fenómeno social. Un autor seleccionado es Featherstone (1991), que menciona algunas teorías de la cultura del consumo:

a) La de la economía clásica, donde el objeto de toda producción es el consumo. En este punto, menciona el trabajo de Horkheimer y Adorno, sobre su lógica mercantil y la racionalidad instrumental que tiene lugar en la esfera de la producción y en la esfera de consumo. Las actividades de ocio, del arte y del consumo en general, son percibidos por nosotros como una industria cultural. Ésta produce una cultura de masas homogéneas amenazando la individualidad y la creatividad: hay que ser como todos e igual a todos.

La visión de estos autores es que la Industria Cultural es la diversión. Los distintos objetos de consumo buscan divertirnos, sorprendernos, alejarnos de lo cotidiano del trabajo. Los individuos están buscando alejarse

de ese trabajo mecanizado para luego poder afrontarlo en mejores condiciones. Pero a su vez, la mecanización que ha conquistado poder sobre el hombre durante su tiempo libre se vuelve un automatismo, que provoca que el sujeto solo tenga acceso a las copias y reproducciones del trabajo mismo. Solo pueden escapar, entonces, del proceso del trabajo en la fábrica o en la oficina, si se adecuan a ese mismo proceso en el ocio. Por lo tanto, en este caso la Industria Cultural defrauda a los actores respecto a aquello que les promete. Se prorroga la promesa que nunca llega a cumplirse. Y esto provoca que cada vez se invente más, cada vez con menos sentido y significado.

b) Otro autor mencionado es Baudrillard: su idea de consumo supone la manipulación de signos (para este autor todo es una farsa), creando así el signo-mercancía. Y esto, gracias a la publicidad, genera autonomía, porque los signos son capaces de *"flotar liberados de los objetos y que puede disponerse de ellos para emplearlos en múltiples relaciones asociativas"* (1991:41). La superposición de signos y la reproducción de imágenes y de "simulacros" llevan a una pérdida del significado porque el individuo queda fascinado por el *"inacabable flujo de yuxtaposiciones extravagantes"* (1991:42). O sea, lo cambiante fascina al individuo, lo lleva a buscar nuevos y diferentes lugares cada vez. El bar de barrio presenta una tradición ya fuera de moda, no puede convertirse en un signo salvo que cambie (como ha sucedido) su esencia de raíz. Se profundizará más sobre este autor, entre otros, en el debate modernidad-posmodernidad.

Desde una visión más sociopolítica, otro autor mencionado es Jameson, quien dice que todo en la vida social se ha vuelto cultural, porque la cultura cambió de significado, tiene uno nuevo, que se produjo a través de la saturación de signos y mensajes (en un sentido baudrilliano), y esto provoca que se suprima la diferenciación entre "alta cultura" y "cultura de masas". Aquí aparece nuevamente la idea de identidad de clases, y además el conflicto que se puede generar entre las distintas clases a la hora de compartir espacios públicos que son "para todos", ya que no existe más esa diferenciación, pero no necesariamente ocurre lo mismo en el sentir de cada individuo.

c) Featherstone menciona también dos modos de consumir bienes: un tipo encubre todo lo que se consume cuando los aspectos del tiempo libre, están cada vez más mediados por la compra de mercancías (aquí influye que como por factores como la seguridad, los individuos pasan más tiempo de ocio dentro de sus casas y para ello quieren la televisión, play station, etc.). El otro tipo encubre también la diferenciación entre bienes de consumo durables y no-durables (sobre todo porque los durables "pasan de moda" volviéndose no-durables). Y éste es el aspecto doblemente simbólico de los bienes, porque ellos también marcan diferencias entre el estilo de vida que distinguen ciertos tipos de relaciones sociales. En este sentido, los bienes, la mercancía, puede tanto derribar barreras sociales (uniendo extremos), como marcar determinados status que dividen. De esta forma, el *a qué bar voy* deja de ser una decisión de comodidad o gusto verdadero personal, sino que el individuo termina eligiendo frecuentar ciertos tipos de lugares (mercaderías) que le brinden determinado status, siempre y cuando no se genere un conflicto muy fuerte con la gente del lugar. El flujo cambiante de las mercaderías, hace muy

complejo el tema de leer el estatus de su portador, lo que aún más dificulta lo relacionado a la identidad de clase, porque hoy en día si yo poseo tal o cual objeto o frecuento tal o cual lugar, mi status ni siquiera así se vuelve visible y más fácil de definir.

d) Finalmente Featherstone menciona los conceptos de Bourdieu que “*el gusto clasifica, y clasifica al clasificador*” (1991:47) Las preferencias al consumir traen consigo juicios discriminatorios que también identifican y clasifican a determinados gustos, preferencias, y otras. Por ejemplo, mi juicio discriminatorio puede ser *no me gusta la música villera* por lo que es muy probable que esté marcando mi gusto y preferencia de *no me gustan los planchas* por ejemplo. Así, determinadas prácticas de tiempo libre se asocian con sectores ocupacionales y determinadas clases.

Bourdieu introduce el concepto de *hábitus*, entendido como un sistema clasificador de niveles sociales. Son posiciones que adquieren los individuos a través del tiempo en que viven en una sociedad. Y así también se generan prácticas que están limitadas por las condiciones sociales, por ejemplo no todos los individuos de todas las clases podrán ir al Bar Tabaré, y tal vez no todos se sientan cómodos en el Bar Montevideo Sur. Hace referencia a la posible existencia de un conjunto más o menos estable de principios y disposiciones clasificatorias, que sean socialmente reconocidos y además establezcan límites entre los grupos. Un hábitus anterior posiblemente haya sido reunirse *con los muchachos* a tomar algo luego del trabajo. Otra de las cuestiones a indagar en este trabajo será qué nuevos habitus encontramos.

Por otra parte, Bourdieu, tratando de integrar lo subjetivo con lo objetivo, y juntando sus propias ideas con ideas marxistas, reconoce la importancia de la producción, pero para él las clases no solo se diferencian en su relación con la producción y en la propiedad con ciertos bienes, sino también en un **aspecto simbólico del consumo, por la forma de usar los bienes transmutándolos en signos**. Es muy claro que la forma en que se *usaban* los bares antes eran una creación continua de un signo determinado: del signo del hombre, de los compañeros de trabajo, etc., signo que hoy ha desaparecido y han surgido nuevos. Sumado a esto, podemos referirnos al gusto, que para él no es otra cosa que otra forma de clasificar socialmente, de ordenar y diferenciar a las clases, *pues un gusto refinado va de la mano con una clase refinada*.

Por su parte, Bauman (2007), en un libro muy actual sobre la vida de consumo, señala “*el papel preponderante que ocupa el consumo entre los factores que determinan el estilo y el sabor de la vida social y su rol como canonizador de los patrones de relaciones interhumana*” (2007:44). El consumo determina no sólo nuestros gustos, nuestras modas, sino también las relaciones con otros individuos, y esto es fundamental ya que la desaparición de los bares de barrio afecta directamente sobre estas relaciones, porque ahora deben hacerse en otro lugar, en los sustitutos urbanos, si es que existen éstos. Muy similar a la idea planteada en “*Antropología de consumo*”, Bauman expresa que la vocación consumista, depende siempre y en última instancia, de lo personal. **La elección de los servicios recae sobre la responsabilidad de cada consumidor**. Los lugares asignados sobre el eje “*excelencia-ineptitud*” de rendimiento consumista, se convierten en el principal factor de estratificación y

en el criterio fundamental de inclusión y exclusión, marcando la distribución del estigma social. Y como la elección es responsabilidad individual, los **mecanismos de exclusión son mucho más duros, inflexibles e inquebrantables**, porque los mismos individuos lo crean, lo fomentan, y al ser “personal”, la “invalidez social”, dice Bauman, seguida de la exclusión, sólo puede ser resultado de **falencias personales**. Todo indicio de una falla debida a “causas externas” es descartado. Entonces termina sucediendo, a mi entender, que finalmente no es “culpa” de nadie, y pareciera que las segregaciones se dan por sí solas. Siguiendo su razonamiento, con esta sociedad que evalúa lo que quieren los miembros, suponemos entonces que para él los bares de barrio habrían desaparecido a causa de las elecciones de los propios individuos, que tentados por ofertas más lujosas o prestigiosas, deciden hacer uso de otros espacios urbanos. Para Bauman la “sociedad de consumidores” es un tipo de sociedad que no sólo promueve y alienta, sino que también refuerza la elección de un estilo y una estrategia de vida consumista, desaprobando cualquier alternativa (ya los bares de barrio no entran en una categoría “agradable” de consumo). Por lo tanto, hay que amoldarse a los **preceptos de la cultura del consumo**. En este sentido surge plantearse nuevamente quién se amolda a estos preceptos, si los dueños de los bares o los individuos que dejan de frecuentar estos lugares. Seguir estos preceptos es un **requisito de pertenencia**.

Consumir, para Bauman, significa *“invertir en la propia pertenencia a la sociedad”*. El propósito crucial y decisivo del consumo es *“convertir y reconvertir al consumidor en producto, elevar el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles”* (2007:83).

Para Lazzarato (2010) también consumir implica pertenecer. En la Economía política Clásica, el consumir se reducía a comprar y distribuir un bien o un servicio. Hoy en día, implica adherir a un mundo. A un mundo *“constituido por agenciamientos de enunciación, por regímenes de signos cuya expresión se llama publicidad y donde lo expresado constituye una solicitud, un pedido que son, ellos mismos, una evaluación, un juicio, una creencia acerca del mundo, de sí y de los demás”* (2010:110). Con esto quiere decir que mediante estos regímenes de signos, nos están incitando a vestirnos de determinada forma, a comer determinada comida, a ser de una forma particular. Este autor retoma el concepto de Sociedad de Control de Deleuze, y comenta como ésta se caracteriza por una reducción de la oferta de los distintos “mundos de consumo”. En la misma línea que Bauman, afirma que los mundos que reinan hoy en día son los mundos de la mayoría, vacíos de singularidad. El individuo pierde su real libertad, ya que no participa en la construcción o formación de estos mundos. Pero cree estar libre ya que siente que puede elegir entre los distintos mundos, pero que son verdaderamente creados por unos pocos. La creación de algo nuevo será para ellos imposible.

Finalmente, respecto a los vínculos humanos, Bauman dice que éstos tienden a estar mediados por el mercado de consumo. Claramente los individuos se van a relacionar consumiendo determinadas cosas en determinados entornos. El sentido de pertenencia se alcanza entonces identificándose con “el pelotón”. La sociedad de consumo es la única en la historia que promete felicidad en la vida aquí y ahora (no en el más allá) y

también “en todos los ahóras siguientes (...) felicidad instantánea y perpetua” (2007:67) Esta afirmación me recuerda al libro “*Un mundo feliz*”, la novela de Aldous Huxley (1969):

-¿Es que tú no deseas ser libre, Lenina?
-No sé que quieres decir. Yo soy libre. Libre de divertirme cuanto quiera. Hoy día todo el mundo es feliz.

Bernard rió.

-Sí. “hoy en día todo el mundo es feliz”. Eso es lo que ya les decimos a los niños a los cinco años. Pero ¿no te gustaría tener la libertad de ser feliz... de otra manera? A tu modo, por ejemplo; no a la manera de todos.

- No comprendo lo que quieres decir -repitió Lenina. Después, volviéndose hacia él, imploró:- ¡oh!, volvamos ya, Bernard. No me gusta nada todo esto.

Para Bauman la vida de consumo no tiene que ver con adquirir y poseer. Se trata de “*estar en movimiento*” (2007:135). Antes, en la sociedad de la producción (término weberiano), el principio ético de la vida de producción era la demora de la gratificación. El de ahora es **evitar la satisfacción duradera**. Porque claro, si alguna vez alguien la alcanza, el consumo comenzaría a desaparecer. Y esta demora en la gratificación va totalmente de la mano con la idea mencionada anteriormente de la identidad cambiante, se alimentan mutuamente.

Nuevamente, tomando en cuenta a G. Canclini (1995), él define consumo como el “*conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos*” (1995:43). En esta perspectiva, el consumo es comprendido por su racionalidad económica.

En adición a esto, el ciudadano se pierde para convertirse en un consumidor. La sociedad civil es cada vez menos una comunidad nacional, una unidad territorial, lingüística y política; ahora se manifiestan como “**comunidades interpretativas de consumidores**”: “*Conjunto de personas que comparten gustos y pactos de lectura respecto a ciertos bienes (gastronómicos, deportivos, musicales) que les dan identidades compartidas*” (1995:196), y claramente el bar de la esquina ya no entra en esta categoría, y el individuo puede dejar de elegirlos porque si no dejaría de formar parte de esta comunidad de consumidores.

En Uruguay existe la Ley 17.250 (Ley de Relaciones de Consumo) del 11 de agosto del 2000, que define en su artículo 2 al consumidor como “*toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella. No se considera consumidor o usuario a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación o comercialización.*”¹

{c} Segregación Urbana

Para Castells (1985), la forma en que estén distribuidas las residencias y las características de las mismas, producen diferenciación social y especifican el paisaje urbano. Según el autor, la distribución de los

¹ www.consumidor.gub.uy

lugares de residencia sigue las mismas leyes que la distribución de productos y esto produce reagrupaciones en función de la capacidad social de los individuos. Esto es que, *“en el sistema capitalista, en función de sus rentas, de su estatuto profesional, del nivel de instrucción, de la pertenencia étnica, de la fase del ciclo de vida, etc.”* (1985:204).

Se asocia entonces, a la estratificación urbana con una estratificación social, y si hay una distancia social con una fuerte expresión espacial, hablaremos de segregación urbana. Ésta aparece como la expresión (a nivel de la reproducción de la fuerza de trabajo) de las cambiantes y complejas relaciones que determinan las **modalidades de la repartición de la residencia de los grupos sociales**. Así, no existe un espacio que sea privilegiado a priori, sino que el espacio se define continuamente según la dinámica social. Esto implica que la estructura del espacio residencial sufre determinaciones económicas, respecto a la distribución del producto entre individuos y la distribución específica de la vivienda; a nivel ideológico por una relativa autonomía de los símbolos ideológicos que se forman según el lugar ocupado en relación de producción, y por otro lado la correspondencia entre situación social y lugar espacial que refuerza tendencias a la “autonomización ideológica” de ciertos grupos y que construye subculturas ecológicamente determinadas. Y por último a nivel de la lucha de clases, en dos aspectos: uno en lo que tiene que ver con las relaciones de las propias clases en una lucha abierta, lo que refuerza la fragmentación espacial (ghettos por ejemplo) y dos según la estrategia elegida por la clase dominante que forma dos tipos de intervención: una represiva (puede ser una limitación urbana que permita el orden y el control) u otra integradora (busca la fragmentación de la comunidad mediante su dispersión en el conjunto de un espacio de residencia hostil).

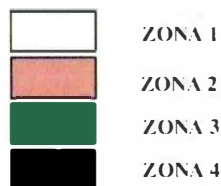
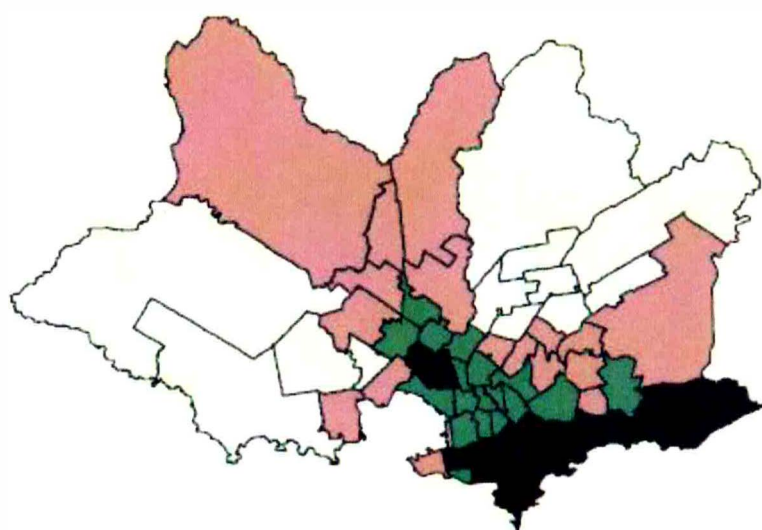
{d} Movilidad Barrial y el Índice de Posiciones Barriales

En Juego Urbano (2008) se presenta el Índice de Posiciones Barriales (IPB), armado en base al Censo de población, viviendas y hogares del INE de 1996 y la Encuesta Nacional de Hogares Ampliada de 2006. En base a esto, los autores toman cinco dimensiones: Pobreza, Educación, Salud, Trabajo y Bienes modernos. Aplicando una ponderación variada a cada dimensión (donde pobreza tiene el mayor peso y salud el menor) se seleccionan 10 indicadores para llegar al cálculo de posiciones barriales. Entre ellos, la proporción de hogares con al menos una Necesidad Básica Insatisfecha, la Línea de Pobreza Promedio, el promedio de nivel educativo de las personas entre 20 y 40 años, la tasa de desempleo, la tenencia de computadores en los hogares, cobertura mutual de salud, entre otros.

Surgen así cuatro zonas claramente identificadas, que son posiciones geográficas delimitadas, que muestra un mapa dividido marcando la segregación espacial en la ciudad. Se utilizó para esto como unidad territorial los 62 barrios de Montevideo definido por el INE. La geografía del departamento queda definida como sigue a continuación:

INDICE DE POSICIONES BARRIALES

Extraído de: Juego Urbano (2008)



ZONA 1. Bañados de Carrasco, Casabó, Pajas Blancas, Casavalle, Jardines del Hipódromo, La Paloma, Tomkinson, Las Acacias, Manga, Toledí Chico, Nuevo París, Paso de la Arena, Piedras Blancas, Punta Rieles, Bella Italia, Tres Ombúes, Victoria, Villa García, Manga Rural

ZONA 2. Castro, Castellano, Cerrito, Cerro, Colón Centro y Noroeste, Colón Sur Este, Abayubá, Conciliación, Flor de Maroñas, Itzaingó, La Teja, Lezica, Melilla, Malvín Norte, Maroñas, Parque Guaraní, Peñarol, Lavalleja, Villa Española.

ZONA 3. Aguada, Aires Puros, Atahualpa, Barrio Sur, Belvedere, Brazo Oriental, Capurro, Bella Vista, Carrasco Norte, Ciudad Vieja, Cerdón, Jacinto Vera, La Comercial, La Figurita, Laranaga, Las Canteras, Mercado Modelo, Bolívar, Paso de las Durans, Reducto, Sayago, Unión, Villa Muñoz, Retiro

ZONA 4. Buceo, Carrasco, Centro, La Blanqueada, Malvín, Palermo, Parque Rodó, Villa Dolores, Prado, Nueva Savona, Punta Carretas, Punta Gorda, Tres Cruces

El segundo concepto presentado en esta publicación, es el de movilidad. Según J. Serrano (en Aguiar, 2008) *“la movilidad cotidiana condensa de manera especial las nuevas formas de la desigualdad y la exclusión”* (2008:106). Con esta idea se pretende tomar en cuenta los distintos movimientos que realizan las personas, todos los días y que dan una pauta de la segregación espacial, ya que se verán claras diferencias según edad y posición socio-económica.

Son las “Fronteras Económicas” y “Fronteras de edad”. En el primer caso, concluyen que *“las posiciones económicas tienen una clara relación con la cantidad de movimientos. A medida que disminuye la posición económica aumenta la proporción de personas que no se mueven”*. Entonces, individuos en la zona 1 del IPB es muy probable que no se muevan hasta la zona 4 (caracterizada por tener los bares más modernos), pero tampoco es tan probable que se desplace hacia las zonas 2 y 3, salvo que sea por trabajo y en aquellos casos en que se dan este tipo de desplazamientos (de las zonas 1 y 2, a las zonas 3 y 4), si bien aprovechan para recorrer esa zona, eligen otros lugares donde comer o donde pasar el rato, “otros” lugares donde “ellos” (los de clase media y media alta) no van. Entonces también en las zonas hay espacios diferenciados. Son los llamados “Circuitos diferenciales”.

A la inversa, movimientos de personas de estratos superiores hacia zonas más pobres (1 por ejemplo) son muy esporádicos y raros. No van porque “corren riesgos”.

En el segundo caso, de las Fronteras de Edad, si *“se desciende en la posición económica aparecen lugares a los que no se iría “por arriba”, a circuitos también diferenciales y propios de las posiciones económicas superiores”*. Importa rescatar es que si el joven de estratos más bajos, llega a desplazarse hasta llegar a la zona 4, irá a lugares que son percibidos más acordes para él. Se puede afirmar entonces, como ejemplo, que es muy difícil que un joven que vive en Piedras Blancas, se siente a cenar en el Bar Tabaré.

En el otro extremo etario y del estrato social más bajo, los mayores *“asumen su posición como ‘alejada de todo’, los movimientos ‘a cualquier lado’ implican largos trayectos y pagar ómnibus”*. Entonces no solo el joven que vive lejos tiene dificultades para “acercarse”, sino también los mayores, siendo además en promedio sus movimientos mucho menores en relación a cualquier otra franja etaria.

Respecto a las fronteras de edad, hay una clara diferencia en el umbral de los 30 años: *“la media de movimientos diarios es un 50% mayor en los menores de 30 años que en los mayores de 60”* (2008:109-112). Los jóvenes, tanto de estratos superiores como inferiores, asocian sus movimientos a un aumento en su libertad, al pasaje a la adolescencia.

La movilidad cotidiana además, tiene muchos y variados fines. Continuando con Juego Urbano (2008) se presentan datos obtenidos de la Encuesta sobre el Uso de Montevideo, de la cual se extraen 8 fines de movilidad cotidiana distintos. El 40% de movimientos, representa movimientos “de retorno”, son movimientos hacia el hogar (y en su mayoría el trayecto es trabajo → hogar). Si se excluye esa proporción de movimientos, se obtiene que un 9% de los movimientos está destinado a actividades de Ocio. Esta es una categoría muy amplia, que incluye desde la ida al bar, al restaurant, al pub, hasta casamientos, cumpleaños y casas de veraneo.

De todos los movimientos que realizan las personas, un 73% implica una estadía mayor de 30 minutos en otro barrio. Esto se lo llama “movimiento transnacional”. Y, a los movimientos dentro del barrio se les llama “movimientos rotacionales”. Los datos demuestran por tanto, la alta mayoría de traslaciones hacia otros barrios.

Y si bien no hay grandes diferencias, cuando se observan datos desagregados por zona geográfica según IPB, vemos que el porcentaje transnacional desciende a un 67% en la zona 4, y los movimientos rotacionales aumentan a un 33% . O sea, se desplazan mayoritariamente dentro de su propio barrio y cercanías. Con esto se puede inferir, y haciendo referencia al cometido del trabajo, que las personas que viven en las zonas 1, 2 y 3, se desplazan mayoritariamente hacia la zona geográfica según IPB mayor, y en lo posible hacia la zona 4. Es más, si bien no hay datos que lo afirmen, se puede inferir también que aquellos de posición económica media, logran tener un mayor traslado hacia la zona 4 y allí seleccionar donde consumir su tiempo de ocio, dado que justamente allí se encuentra la mayor cantidad de bares.

{e} Debates sobre la Modernidad y la Posmodernidad

La discusión modernidad y posmodernidad atraviesa varias áreas. No sólo la Sociología, sino también la Religión y la Arquitectura. Para H. Küng (1989) ambos son paradigmas que determinan el cristal a través del cual veremos el mundo. Para él nos enfrentamos durante todo el siglo XX a la lucha irreconciliable entre los distintos paradigmas. Este conflicto se da, como consecuencia del desfase histórico entre los grandes modelos de pensamiento y los paradigmas dentro de una misma época. Es así como este teólogo comienza su discusión en la obra "Teología para la Postmodernidad"

Küng sostiene que se va gestando el proceso de cambio de un paradigma al otro y por qué es muy impreciso determinar fechas históricas concretas, ya que ambos paradigmas se van retroalimentando mientras se insertan en las distintas áreas de conocimiento, generando muchas veces *crisis*. Y según Küng la conciencia de esta crisis es lo que desencadena un cambio decisivo en concepciones base anteriores. En este proceso no sólo intervienen factores científicos, sino también acientíficos, incluso con un papel más relevante, las posibles reacciones subjetivas, individuales y sociales, así como la propia cultura y nacionalidad de las personas. Küng (1989) afirma que "*son nuestras propias decisiones las que establecen las periodizaciones históricas, la determinación de los umbrales de una época, por lo que su valor sólo puede ser relativo.*" (1989:171), es por eso que para la historia de la filosofía como para la historia del arte, el término moderno o posmoderno está asociado a épocas diferentes.

Más allá de cuán impreciso pueda ser determinar una fecha concreta, el autor remonta la palabra "Moderno" a la primera Ilustración Francesa en el Siglo XVII, asociada a un nuevo espíritu, una expresión de protesta contra la idea Renacentista. La Modernidad asociada a la racionalidad y la Ilustración. A la ciencia, la técnica, el nacionalismo, el dominio del hombre sobre sí y sobre el mundo, abandonado a la Naturaleza y a Dios.

Por su parte, Habermas (1989) remonta la palabra a Hegel y considera que es quién mejor ha definido el concepto y por lo tanto es necesario recurrir a él. Asocia también la época moderna con la subjetividad: un modo nuevo de relación del sujeto consigo mismo. Esta dimensión subjetiva implica cuatro componentes: el individualismo, el derecho a crítica, la autonomía de la acción y la filosofía idealista, por lo que, "*los acontecimientos históricos claves para la implantación del principio de la subjetividad son la Reforma, la Ilustración y la Revolución Francesa*". (1989:29) Para este autor, la modernidad es un proyecto inacabado, la razón sigue siendo la cuestión fundamental del mundo moderno, tal como lo fue en la época de Weber.

Para Habermas, el concepto de modernización refiere a una serie de procesos acumulados que se refuerzan entre sí. Hace referencia "*a la formación de capital y a la movilización de recursos; al desarrollo de las fuerzas de trabajo; a la implantación de poderes políticos centralizados y al desarrollo de identidades nacionales; a la difusión de los derechos de participación política, de las formas de vida urbana y de la educación formal; a la secularización de valores y normas, etc.*" (1989:12).

La sociedad es vista por Habermas a la vez como el Mundo de la vida (perspectiva interna del sujeto) y como sistema (perspectiva del observador). En esta sociedad existe la **Acción Comunicativa**, la cual está orientada hacia el entendimiento y es posible gracias a la razón comunicativa. Por tanto, si se racionaliza la acción comunicativa, como ésta tiene lugar en el mundo de la vida, va a racionalizarlo. Y como el mundo de la vida es el sistema que a la vez son ellos la Sociedad, se racionalizará también ésta última. Esto no se ha logrado porque se ha quitado el componente comunicativo, mediante la colonización de los medios deslingüistizados (dinero y poder) que provoca que las racionalizaciones se separan. Pero el proyecto de la modernidad puede recuperarse. (Habermas, 1998)

F. Arocena (1993) resume en "*La modernidad y su desencanto*" de manera clara y profunda los distintos diagnósticos hacia la modernidad y su desencanto. Y por ser un pionero de la modernidad es que se toma en cuenta el pensamiento de Weber, que señala cómo la propia sociedad moderna, no genera lo que necesite para superar sus problemas.

En su revisión, Weber señala dos grandes características: La Racionalización Cultural y la Racionalización Social, que hacen referencia a su diagnóstico de la pérdida de sentido y la pérdida de libertad. La primera contempla la independización de las esferas ciencia, arte y moral, lo que ha provocado la pérdida de sentido de los individuos. Esta independización sucedió por la creciente racionalización de las visiones del mundo y luego por la racionalización del resto de las esferas, creando fuertes tensiones entre el hombre y cada una de ellas. Este desencanto lo produce el conocimiento intelectual y científico, por lo que se asocia con la desaparición del mundo mágico.

La segunda, es la racionalización social como la culpable de la pérdida de libertad, que coloca a los individuos en una *jaula de hierro*. El hombre se encuentra preso porque la Empresa, el Estado Burocrático y el Derecho Formal (instituciones que sostienen al sistema económico capitalista) que de forma racionalizada organizan la vida social, representando así la creciente pérdida de libertad ya que la autoridad de ellas va determinando la vida de los individuos.

La conclusión final es que en la modernidad la Razón intentó ser la unificadora del mundo (como lo fuera el mito en las sociedades primitivas y luego la religión en las grandes civilizaciones). Pero esto no resultó así, generándose así para Weber una doble ironía: La Razón creó esferas de valor contrapuestas, donde una se presenta frente a la otra como irracional. Y la racionalidad cognitivo-instrumental será la única rectora de la organización del mundo.

Pero contra cada uno de estos diagnósticos, Habermas alza su voz planteando dos críticas.

La primera, asociada a la Pérdida de Sentido: En este caso, Habermas critica la fragmentación entre las esferas que señala Weber. Cree que el problema radica en realidad, no en la separación en sí de las esferas, sino

que la cognitivo-industrial (ciencia) predomina sobre las otras dos. Y esto no fue por la racionalización de la cultura (como alegaría Weber) sino por un proceso social de predominio de los mecanismos de integración sistémicos, sobre los mecanismos de integración social: es la separación del sistema y del mundo de la vida. Para Habermas se da una doble hermenéutica, porque el individuo interpreta un mundo que ya está interpretado. El mundo social es significado. Pero en una visión menos fatalista que la weberiana, afirma que este es un mecanismo reversible. Considera que la división de las esferas puede ser resuelta con la comunicación racional.

La segunda crítica está asociada al segundo diagnóstico de Weber: la Pérdida de Libertad. Como se mencionó, Weber ve en el Estado burocrático, la Empresa y el Derecho la amenaza a la libertad individual. Habermas cree que aquí ya da por sentado que la sociedad se ha deshumanizado, que ya es un sistema sin valores. Y en una visión nuevamente menos fatalista, afirma que el diagnóstico de Weber es una entre varias posibilidades. La Sociedad Moderna podría seguir en ese camino, pero no necesariamente.

En este caso, la conclusión habermasiana radica, como ya se mencionó, en la salvación del proyecto de la Modernidad. Puntualmente, cree que es necesario salvar la acumulación del conocimiento propio de cada esfera; que los contenidos de cada esfera sean incorporados a la vida cotidiana y que las tres esferas se comuniquen mediante la razón. (Arocena, 1993)

Desde una perspectiva objetiva y como modo de transición desde la Modernidad hacia la Posmodernidad, se toma en cuenta la visión de Ronald Inglehart (2001).

Podría decirse que hay dos grandes escuelas en lo que es la teoría de la Modernización. Al menos así lo afirma el autor. Ambas coinciden en que el cambio socioeconómico sigue pautas que son coherentes y relativamente previsibles. Se diferencian porque una de ellas, la marxista, pone énfasis en la esfera económica que determina a las esferas políticas y culturales, y la weberiana pone énfasis en la cultura, siendo ésta la que configura la vida política y económica.

Pero a Inglehart lo que le interesa, más allá de qué determine a qué, es la vinculación entre las esferas, que pareciera no estar al azar. Por lo tanto, el conocimiento del funcionamiento de una podría dar a conocer el funcionamiento de las otras. El estudio que realiza con la Encuesta Mundial de Valores no busca afirmar la dirección causal, sino que el objetivo es afirmar la existencia de la conexión. De esta forma, hay dos supuestos asociados a la modernidad, que implicarían que unas pautas son más probables que otras, y son: que diversos elementos culturales tienden a permanecer juntos (por ejemplo, en sociedades que le dan importancia a la religión habrá familias grandes y respeto a la autoridad) y el segundo supuesto, que las pautas culturales coherentes existen y están vinculadas al desarrollo económico y tecnológico. Si esto es así, debería verse en la mencionada EMV y se deberían ver determinadas pautas asociadas a determinadas orientaciones en las distintas sociedades. Los datos analizados por Inglehart demostraron dos grandes tendencias, que distribuyen las

características culturales en lo que se podría llamar procesos de Modernización y de Posmodernización. La conclusión a la que se llega, queda representada en un esquema elaborado por el autor:



De esta manera es que se da paso a las reflexiones sobre la Sociedad posmoderna.

Para Inglehart (2001), en la posmodernización la autoridad es despojada tanto de la religión como del Estado. La autoridad se traslada al individuo (como afirma Bauman al decir que el individuo es responsable de las pautas de consumo ya que él es quien toma la decisión y por lo tanto, es él el que genera la exclusión por ejemplo), por lo que el énfasis también es cada vez más individual. Todo tipo de autoridad externa, pierde la importancia.

Para este autor, la causa profunda del cambio posmoderno es que la escasez comenzó a desaparecer. En las sociedades industriales avanzadas la mayoría de la gente hasta da por sentada la supervivencia, y eso reconfiguró el mundo de cada individuo. Cuando la satisfacción objetiva (comida, salud, ropa) se completó, el individuo pasó a buscar la satisfacción subjetiva, alimentada en los valores post materiales. Y como también se da por supuesta la seguridad económica, se comienza a dar importancia a otro tipo de cosas, con seguridades relativamente exigentes, y por eso a veces manifiestan las personas niveles más bajos de satisfacción.

A la hora de definir lo posmoderno, Künig (1989) lo hace diferenciándose de Habermas. Para él, no implica un distanciamiento de la modernidad por un regreso a la premodernidad, ni es tampoco una actitud antimoderna. Se entiende posmoderno como una crítica interna de la modernidad. *“No es para mí una especie de palabra mágica que lo explica todo (...) sino más bien un término heurístico, es decir, un término de búsqueda, característico de una época, la cual, a pesar de todas las reacciones (...) se está abriendo camino hace decenios, si bien es ahora cuando se manifiesta en la conciencia general de las masas”* (1989:16)

Y este es el camino que continúa Arocena (1993). Y para continuar en la línea sobre el desencanto, es que se presentará en primer lugar la mirada de Lipovetsky. Al recurrir a su clásica obra, *"La Era del Vacío"* (Lipovetsky, 2002), encontramos la raíz del desencantamiento: "...*agotamiento del impulso modernista hacia el futuro, desencanto y monotonía de lo nuevo, cansancio de una sociedad que consiguió neutralizar en la apatía aquello en que se funda: el cambio*" (2002:9). Para él la Sociedad Posmoderna encarna este agotamiento mediante la indiferencia de masas, la banalización de la innovación, etc. Se deja atrás una Sociedad Moderna que creía en el futuro, la ciencia, que conquistaba, todo en nombre de lo universal y la razón.

En la posmodernidad no se deja una opción por otra, sino que todas son posibles. Se legitima la afirmación de la identidad personal; por lo que nada se impone y nada es duradero, ya que todas las opciones pueden tenerse ya y sin contradicciones. Es una cultura "hecha a medida" donde se amplía el individualismo.

Desde una postura crítica e irónica, se cita una metáfora de Baudrillard, como una de las características más importantes de su diagnóstico. Es la **metáfora del "Agujero Negro"**: "*La masa absorbe toda la energía social pero no la refracta. Absorbe todos los signos y todo el sentido, más ya no devuelve ninguno. Absorbe todos los mensajes y los digiere*" (*Cultura y Simulacro*, P. 135-7 en 1993:59).

Esta metáfora es porque para él, lo social desaparece como objeto que pueda ser representado. Entra en un agujero negro, y nada sale de ellos. Desaparece así también la posibilidad de dar sentido. Este es el fin de lo social moderno, al menos. La idea de un proceso expansivo muere definitivamente, aparece la implosión. En un salto generacional, Arocena vincula esta idea de la implosión con la visión simmeliana sobre la cultura de las metrópolis a principios del Siglo XX, donde se daba un proceso de densificación del mundo social, provocando hastío y protegiéndose los individuos a través de la indiferencia. Baudrillard aconseja lo mismo: debemos resistir al objeto con indiferencia y debemos ser indiferentes a través de la ironía. La clave está, en quitarle todo juicio negativo y trágico a la palabra "indiferencia". Esta es la característica fundamental que, para Arocena, califica a Baudrillard como un pensador posmoderno, y a Simmel como uno moderno.

Así como de los agujeros negros se conoce muy poco, también de lo social. Estamos por esto en la sombra de "las mayorías silenciosas", no las identificamos, no las conocemos, nos resulta una masa indiferente. Surgen así dos interpretaciones a la metáfora del agujero negro.

Una habla de la posibilidad de que la masa absorba todas las energías y termine desplomándose por su propio peso. La Sociología debe describir la expansión de lo social pero también su implosión.

La otra menciona que, en un agujero negro, el espacio desaparece como tal, como en una sociedad posmoderna, los sentidos desaparecen y son absorbidos por la indiferencia de las masas. Y como novedad hasta ahora, para este autor la falta de sentido está asociada a una ausencia de demanda de sentido: no hay una demanda insatisfecha, sino que las personas, por su indiferencia, no están demandando sentido. Y es por ellos que existe la falta de sentido. Y esta falta de demanda provoca simulacro. Concepto clave en toda la idea

baudrelliana: si por ejemplo el sistema administrativo y económico no pueden generar demanda de sentido y además esta demanda no existe, el poder que ellas emanen será un simulacro. Así, ocurre una **hiperrealidad**, porque la simulación no corresponde más a una referencia, porque es una generación de algo real sin origen en la realidad. En otras palabras, el mapa deja de crearse a partir del territorio, de ahora en más, es la "precesión de los simulacros": el mapa precederá al territorio. El original será simulado, y lo real pierde su existencia.

La indiferencia al sentido aparece para contrarrestar el exceso de sentido que la modernidad se desvivió en conseguir, tal como fuera mencionado anteriormente por otros autores. Cuando se erradicó lo religioso, se buscó el sentido mediante las racionalizaciones. Tal como se mencionaba, para Weber triunfó sobre el resto la racionalidad instrumental. Para Habermas, no hay un sujeto concreto portador de sentido, sino que debemos concentrarnos en la comunicación racional. Para Baudrillard, directamente no hay sentido por realizar. En *"El pacto de lucidez o la inteligencia del Mal"* (Baudrillard, 2008) hace referencia a la individualidad como algo reciente en la historia del ser humano. Es a partir de la civilización moderna que el individuo tiene el *lujo* de la individualidad. Pero esto nos ha llevado a la contradicción de luchar y defender esta libertad y autonomía mientras que a la vez nos derrumba la responsabilidad que ellas conllevan. Y así como Lyotard hablará de la crisis de los grandes relatos, aquí Baudrillard también lo hace: la crisis de *nuestros* grandes relatos, los que están en la conciencia de cada individuo: libertad, voluntad, identidad y responsabilidad. Él cree que *"no hacen más que agregar a nuestras acciones, tal y como se producen, una sobredeterminación inútil y hasta contradictoria, a saber: que somos la causa de ellas, que ellas son efecto de nuestra voluntad (...), etc."* (2008:52).

Lyotard es otro de los autores mencionados por Arocena (1993). Para él lo posmoderno también está vinculado al problema de sentido pero su visión busca diferenciarse de Weber, de Baudrillard y también de Habermas. Para Lyotard todo consenso, de ser posible, será siempre limitado tanto en el espacio como en el tiempo por lo que no existe un consenso universal, ya que en lo inmenso de la sociedad será imposible encontrar metainterpretaciones; interpretaciones que funcionen para todos, en sus distintos juegos de lenguaje. De esta manera, la legitimidad por consenso queda descartada.

Propone entonces reconocer y considerar los **distintos juegos de lenguaje** ya que la naturaleza del lazo social se manifiesta en la condición posmoderna, a través de éstos, entendidos como el mínimo de relación exigido para que haya Sociedad. Cada juego de lenguaje será diferente según la cultura en donde se generen, apareciendo así un fuerte determinismo local. (*"La condición posmoderna"*, 1993). Antes, existían metarelatos, o relatos fundacionales que legitimaban el saber científico. Con el tiempo, estos relatos han seguido funcionando, pero porque ahora las cosas "solo funcionan", lo siguen haciendo por performatividad, pero caen en descrédito. Pero, tal como lo aclara, la ciencia se encuentra en conflicto con los relatos, los percibe como fábulas. Pues la ciencia no enuncia *"así nomás"* sino que busca lo verdadero y por eso necesita, más que ninguna otra esfera, legitimar sus reglas de juego. Entonces algo debe aparecer para sustituir los relatos, y el

autor propone las **Paralogías**. Así como no existe un consenso que se pueda generalizar, ya tampoco existen relatos para generalizar, y es por eso que Lyotard define a lo posmoderno como "*La incredulidad con respecto a los metarrelatos*" (1993:10). Los metarrelatos estaban contados por los expertos, por los "decididores". Ahora la paralogía es la de los inventores, en ellas encuentra el saber posmoderno su razón.

Los decididores eran quienes aplicaban un juego determinado para legitimizar. Este juego era optimizar las actuaciones del sistema, buscar la eficacia. Vinculado a la supremacía de la esfera técnico-industrial, Lyotard cree que esta legitimación mediante la operatividad es tecnológica. No sirve para juzgar lo bueno, lo verdadero, lo justo. Y los decididores toman un lugar legitimador ya que, al contrario del consenso por discusión propuesto por Habermas que violenta la heterogeneidad de los juegos de lenguaje, la invención nace en el disenso. Y en este caso, el saber posmoderno nos acerca a lo diferente. Para él, el saber y la legitimación del poder son cosas diferentes, que van cambiando según la época en la que se va analizando. La época posmoderna "*designa el estado de la cultura después de las transformaciones que han afectado a las reglas de juego de la ciencia, de la literatura y de las artes a partir del siglo XIX. Aquí se situarán esas transformaciones con relación a la crisis de los relatos*" (1993:9)

Como se mencionara anteriormente, el debate modernidad-posmodernidad, así como también las características que cada uno de ellos impliquen, atraviesan varias esferas. Entre ellas, la arquitectónica.

Retomando al teólogo Küng (1989) que define su época (nació en 1928 y el libro es de 1987) como el "*Adiós a la Modernidad*" (1989:18), afirma que estamos caminando hacia algo nuevo pero que aún no es palpable ni del todo comprensible para nosotros. Pero sí podemos ver las pistas, por ejemplo, en la Arquitectura posmoderna, cuando escuchamos palabras como ladrillos y colores, en lugar de hormigón y acero. Escuchamos calor y no frialdad, variedad y no monotonía. Es por este motivo, que el rol de la arquitectura es muy importante, no sólo en la discusión general modernidad-posmodernidad, sino en el caso puntual de esta Tesis de Grado. Ya que nuestros bares han sufrido ellos también cambios desde el punto de vista arquitectónico, por lo que pueden definirse entonces como arquitectónicamente modernos o arquitectónicamente posmodernos.

La crisis de una época provoca en el arte, una crisis de estilo. Un cambio, pero un cambio que no excluye de lo nuevo todo lo viejo. Implica evolución (aunque no necesariamente progreso, o un paso de lo imperfecto a lo perfecto).

Por otro lado, un artículo escrito en 1988 por Frederic Jameson, publicado luego en "*El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo. 1983-1998*" (Jameson, 1999) vincula las transformaciones sociales posmodernas con las transformaciones arquitectónicas asociadas también a la posmodernidad. Para Jameson, Posmodernismo no es sólo un término que describa estilos, sino que sirve para periodizar, porque correlaciona la aparición de nuevos rasgos que aparecen en la cultura y generan un nuevo tipo de vida social y

económica. El autor describe dos de muchos rasgos importantes. El que atañe para este trabajo, es el rasgo denominado **Pastiche**.

El pastiche es un término que implica la imitación. Esto es porque según el autor, los escritores y artistas del período actual no pueden inventar nuevos estilos y mundos. La innovación estética no es posible, entonces hay que recurrir a utilizar estilos muertos, a mezclar estilos anteriores para crear el de hoy. De esta manera, el arte posmodernista se referirá al arte moderno de una nueva forma. Pareciera que somos incapaces de crear reproducciones estéticas de nuestra experiencia actual. El sujeto de hoy no puede mirar directamente el mundo real (quizás porque lo real no existe más, como diría Baudrillard), sino que está preso en la *Caverna de Platón*.

Muchas veces se caracterizó a la posmodernidad como el fin de algo. Implica también el retorno de muchas cosas antiguas que se creían ya acabadas. Pero lo que regresa no es una innovación y por tanto no genera la emoción que generó la primera vez que existió. (Jameson, 1999)

Por todos estos motivos es que resulta relevante comentar las distintas características de la Arquitectura Moderna y la Posmoderna. La primera, surge como consecuencia de los cambios técnicos, sociales, económicos generados por la Revolución Industrial. El desafío que se le presenta, es el de satisfacer al nuevo hombre. Y es la necesidad de *identificación* la que hay que satisfacer.

La Iglesia y el Palacio, protagonistas del pasado arquitectónico, dejan ahora lugar a la vivienda, que será el centro de atención para este estilo. Una de sus principales características será la construcción abierta y principalmente horizontal, para poder apreciar la libertad de la espacialidad moderna (Nosberg-Schulz, 2005).

La revolución industrial trajo consigo no solo nuevos materiales, sino también nuevos preceptos. Aparece el hormigón, el acero laminado, junto con una producción masiva de objetos, con técnicas normalizadas y procedimientos estandarizados. De esta manera, la decoración y los detalles son dejados de lado. Hay un traspaso al diseño elemental (Alonso Pereira, 2005). La racionalización llega también a la arquitectura, al diseño y a las formas de construcción, convirtiéndose en un agente purificador. (Nosberg-Schulz, 2005). Los materiales determinarán de ahora en más el resultado, simplificando la forma para generar una mejor función. (Ejemplo en las obras de Ludwig Mies Van der Rohe). El resultado es una arquitectura pura, impersonal, diseñada y predeterminada.

Robert Venturi fue uno de varios arquitectos que comenzó a criticar las premisas modernas, afirmando que menos no es más, sino que “menos es aburrimiento” (en: Trachtenberg y Ayman, 1990: 696). Para Venturi la arquitectura debería ser compleja, llena de formas fragmentadas.

Y la Arquitectura posmoderna es un poco de esto. Es compleja. Lo irregular comenzó a percibirse como equivalente a lo popular (Alonso Pereira, 2005). Charles Moore es uno de los arquitectos posmodernos nombrados por Jameson (1999). Moore considera que es necesario restablecer la presencia del pasado, pero de

forma renovada: *pastiche*. Se preocupaba por darle a las personas una “sensación de lugar”, y es en su obra la *Piazza d'Italia*² donde más plasma esta idea. Colores, detalles, riqueza visual. Se retoma la yuxtaposición, la forma deja de ser vista como contradictoria a la función, y se toman elementos de todos los períodos. (Nosberg-Schulz, 2005).

De esta forma podemos ver en aquellos bares que han cambiado su apariencia, qué características mantienen y cuáles no. La experiencia parece demostrar que aquellos bares que mantienen cierto *pastiche* en su arquitectura, dando validez a los elementos clásicos y tradicionales del bar de barrio, pero mezclados con ciertas características posmodernas (como más comodidad y no siempre más funcionalidad, colores suaves, cálidos, penumbra, etc.). Son los bares más exitosos. Parece demostrar que la gente prefiere un gran sillón, cómodo y que tal vez le recuerde al living de su casa, que muchas sillas y mesas, una al lado de la otra. Siendo ésta una opción que resultaría más funcional para el dueño del bar, pero aparentemente no una opción deseada para los consumidores. Entonces en última instancia, tampoco tendría que ser deseable para los dueños de bar.

{f} Historia y definiciones del Bar de Barrio

La *Real Academia Española* define al ‘bar’ como “*Local en que se despachan bebidas que suelen tomarse de pie, ante el mostrador*”. Al menos en nuestro país podemos decir que esta definición no se acopla totalmente.

En la cultura estadounidense existe un término para los bares de barrio, que se aproxima al espíritu que se intenta retratar: “*dive bar*”. Hace referencia a lugares de atmósfera relajada e informal, donde los vecinos de la zona lo llaman específicamente “el bar de barrio” (*neighborhood bars*) donde se juntaban a beber y sociabilizar. Un ejemplo de *dive bar* en la cultura popular, es la conocida Taberna de Moe de la serial televisiva *Los Simpsons*. El bar de Moe es la caricatura del bar de barrio: hombres que se juntan a tomar cerveza (Duff) al salir del trabajo, a conversar entre ellos. No es un lugar muy limpio, no hay muy buen servicio, sólo van hombres y se sirven casi exclusivamente bebidas alcohólicas. ¿Esto es entonces un bar de barrio? No se pretende aquí plantear una discusión teórica acerca de la definición de un bar, sino dar a conocer una idea general del término. En la realización de las entrevistas los dueños podrán dar su propia definición de “Bar de Barrio”.

A. Michelena (2009) remonta los orígenes de los bares se remontan al 1500. La historia cuenta que unos monjes, que vivían en una pequeña provincia en Etiopía, observando a las cabras vieron la exaltación que adquirirían cuando comían en grupo determinadas frutas de algunos arbustos. A raíz de esto, los monjes cosecharon estas frutas elaborando una bebida estimulante, que los ayudaba en su lucidez. Así aparece el café y comienzan a surgir plantaciones masivas posibilitando la aparición de los primeros cafés en El Cairo, y luego desplegándose por Estambul y alrededores, pero no mucho más. Por doscientos años, los bares no se extendieron más allá de estos límites. Nace primero el café de barrio, que luego irá mutando hacia el bar de barrio.

² Plaza urbana pública ubicada en *New Orleans, Louisiana*. Finalizada en 1978

En estos orígenes, podemos ver características que se han mantenido en los bares de nuestro país. Ya en aquél entonces estos bares eran una actividad masculina y para los estratos más altos de la sociedad. Beber los brebajes era un rito conversado y silencioso a la vez. Donde se buscaba disfrutar de la compañía, la concentración y los aromas.

Venecia fue la ciudad de Europa donde apareciera el primer bar en ese continente. Poco a poco el bar se irá extendiendo hasta que en el Siglo XIX, el bar, el café, adquiere su connotación tertuliana. *“Porque el significado del café, el tomar ese líquido, ese café, que a mí me puede gustar o no gustar, es el significado del síntoma de la reunión del grupo de amigos. Concentrar el diálogo”*³

Michelena cuenta también cuando la historia llega a Montevideo con el establecimiento “Del Comercio”. Avanzando en el tiempo, la generación del 900 no sólo surge a nivel intelectual e individual, sino también a nivel cultural, con los bares del 900, que reflejan este proceso, naciendo el *“café intelectual”*. Junto con la conformación de un nuevo Estado, la democracia comienza a aparecer en los bares: aún no para las mujeres, pero sí para las distintas clases sociales y profesiones.

El bar de barrio se consolida en 1950. Según Michelena se comienzan a modernizar colocando los altos (y hoy clásicos) mostradores de mármol, innovando en el menú (incluyendo sándwiches por ejemplo). Además, en estos años el uruguayo de clase media podía salir: iban al cine y disfrutaban de alguna rica bebida con algún aperitivo. No está de más recordar, el Maracanazo vivido en estos años, que fue disfrutado por muchos uruguayos desde los bares, con grandes radios que ocupaban lugares destacados en los mostradores.

³ Daniel Fernández

ANÁLISIS

BARES DE BARRIO

A la hora de preguntar a los entrevistados sobre “¿Qué es un Bar de Barrio?”, surgen diferentes definiciones. Algunos definen en función de la clientela, diciendo que los clientes eran los habituales de siempre, con “*la gente del barrio*”, o que es “*algo del barrio*”. Concretamente, lo que define al bar de barrio para ellos, es que la clientela sea la del barrio. En ciertas afirmaciones también, **se asume que bar y barrio van de la mano, y que si uno desaparece, es porque el otro ha desaparecido también**: “*El bar de antes era en los barrios*”⁴, es una expresión que retrata lo recién comentado. Otros hacen referencia a la infraestructura, a los mostradores de mármol, las barras de madera, “*lo clásico*”. Un lugar donde por definición (para algunos) no se vende comida, solo copas: “*el habitué que venía todos los días a tomarse su grapita, su caña*”⁵. Un espacio que alberga tertulias, discusiones y charlas. Donde pueden ir “*todos*” (mientras sean hombres), donde se sociabiliza y se aprende.

Entonces si bien las definiciones son múltiples y variadas, se mantiene cierta constante, que hace referencia un poco a las características físicas del local, pero en su mayoría, al tipo de actividad que se realiza, y también a la función integradora del bar de barrio. No hay definición concreta, y muchos términos son asociados a sentimientos pasados y a recuerdos.

Cuando los propietarios fueron consultados, pocos de ellos se auto identifican como “Bar de Barrio” hoy en día. Algunos dicen ser clásicos, otros dicen ser una mezcla entre varias cosas, otros recuerdan lo que eran y sólo unos pocos afirman ser un clásico bar de barrio hoy. Pareciera que ni siquiera para los dueños, el bar de barrio simboliza lo que era un bar de barrio antes. Es una expresión de antaño, donde aparentemente **no sólo el espacio físico ha ido mutando y desapareciendo, sino y aún más importante, el espacio simbólico del bar de barrio ya no existe más. Es otro**. Los que aún sobreviven, lo hacen aparentemente, no por llevar la “camiseta” del “bar de barrio”, sino que les ha ganado la tradición, la costumbre de levantarse e ir todos los días. **No es tanto el deseo de recuperar el espacio simbólico, sino es más la necesidad de no perder el espacio personal.**

⁴ Bar Cavallieri

⁵ Bar UniBar

{a} Desaparición del “Bar de Barrio”

La hipótesis del trabajo afirma que existe una desaparición de los bares de barrio. Todos los entrevistados coinciden en este punto. *“La extinción es muy grande. Fíjate que acá en el barrio no queda nada”*⁶.

El gran debate radica en las razones de esta desaparición. A través de las entrevistas se pueden determinar 3 razones fundamentales. Las mismas coinciden con las de la hipótesis: El cambio en las pautas de consumo y de conducta, las transformaciones que han sufrido los barrios y el cambio del rol de la mujer en nuestra sociedad. En adición a estas tres, surge en la entrevista (aunque en un papel más secundario) como cuarta razón la dificultad económica en sus dos aspectos: por parte del dueño del bar, el lograr sustentarse, salir adelante y la dificultad de invertir en modernizar el bar (en los casos que hay interés) y por parte de los clientes de los bares, que quizás hoy en día necesitan tener más dinero que antes para poder ir al bar.

{b} Razones de la desaparición del “Bar de Barrio”

1. Cambio en las pautas de consumo y conducta

*“Tú como joven, si tú te encontrás con una compañera en la esquina, te morís de calor tomando sol en la esquina. ¿Entrás a un bar a tomar un café, o una coca cola? No. No entrás. No sé si porque es caro, porque es barato. Es porque perdiste el hábito.”*⁷

El cambio en las pautas de consumo y conducta es una de las razones mencionadas. Se incluyen en esta categoría todos los cambios mencionados por los entrevistados, en relación con la conducta de los individuos y su forma de consumir. También, las actividades ociosas existentes que hoy en día ofrecen una mayor oferta y diversidad en comparación a las de antes y el avance tecnológico en la sociedad actual. Y se incluye finalmente, el rol de la mujer en la sociedad y las nuevas conductas de los jóvenes. En el primer caso, por su especificidad y complejidad se tratará como otra razón separada. Y en el caso de los jóvenes, se verá más adelante de manera individual y en relación principal con la modernización (o no) de los bares de barrio.

Concretamente con los cambios en las pautas de consumo y conducta, se puede afirmar que casi todos los entrevistados coinciden en que este es un factor fundamental en la desaparición de los bares. Mencionan de manera general cambios en los hábitos, en las costumbres, en las pautas culturales y en la sociedad actual en general. No surgen de las entrevistas explicaciones concretas sobre estos cambios, sino que aparecen ejemplos de los mismos.

⁶ Bar Giran Arenal

⁷ Daniel Fernández

[a] Las actividades: tanto formales como de ocio. En el aspecto formal, el ritmo de vida de las personas, las exigencias y ritmos laborales. Antes el empleado de la fábrica podía salir de su trabajo e ir por una copa. Hoy en día tiene que ir al otro trabajo, o a buscar a sus hijos, o ayudar en la casa. Por otro lado, las actividades de ocio y de disfrute del tiempo libre, han aumentado significativamente. Las propias transformaciones de la sociedad han llevado a que las personas tengan más cosas para hacer, más lugares para salir, más oferta de donde elegir.

[b] La tecnología: muy acoplada a la anterior. Se menciona la irrupción de la televisión, el dvd, el cable, Internet, como factores que mantienen a la gente en su casa. *“Henry Ford fabricando el FordT en 1917 sacó a la gente a la calle. La televisión la metió para adentro de nuevo”*⁸. Son nuevas formas de entretenimiento. En adición a esto, el *delivery*. Según los entrevistados, las personas prefieren llamar por teléfono a pedir la comida, comprar la bebida en un supermercado (a mejor precio) y pasar el tiempo en su casa, reunidos en familia o con amigos, con cualquier tipo de entretenimiento que fácilmente encontrarán en su casa.

Son nombradas en la entrevista características de ciertas clases sociales, se podría decir de clase media y clase media alta. Si bien la realidad muestra que personas de clase baja no concurren a bares de barrio, tampoco lo hacen a bares modernizados. Y la razón de ello, la mayoría de las veces al menos, no pasa por la tecnología que puedan tener en sus casas. Tal vez sí otros hábitos, costumbres y actividades en general.

Más allá de las “dificultades” o los “obstáculos” que puedan existir para que los individuos salgan de sus casas, una vez que los superan y salen, algunos entrevistados mencionan, como cambio positivo, que hoy en día salen más en familia, entre amigos o en pareja. Se ha ganado en actividades compartidas. Como ya se ha mencionado, antes salía el hombre únicamente, y lo esperaban su esposa e hijos en la casa. Hoy ya salen todos. Definitivamente no es algo que se haga siempre, hay además un factor económico que es decisivo, pero las salidas tienden a ser más abarcativas, y se aprovecha el tiempo compartido de otra manera.

2. Transformaciones en los barrios

*“Los negocios también continuamente van cambiando, de 20 años que hace que estoy yo acá, sí, la zona ha cambiado totalmente, hubo que reestructurarse muchísimas veces”*⁹

Resulta muy relevante rescatar las menciones a las transformaciones en los barrios por varios motivos. En primer lugar, por la implícita pero marcada asociación entre desaparición del bar de barrio con la

⁸ Julio Toyos

⁹ Bar Copacabana

desaparición del “barrio”, asociados ambos a ese espacio simbólico perdido, que hoy ya no tendría lugar de la misma forma, pero que algunos recuerdan con nostalgia.

Y en segundo lugar, una marcada segregación espacial entre aquellos barrios que acompañan la modernización, y aquellos que no. Este es quizás el desafío mayor.

Para comenzar, es interesante rescatar varios de los aportes de S. Aguiar (2008). Primero, en lo que refiere al carácter simbólico del barrio, en los grupos de discusión analizados en este trabajo, se destacan ciertos conjuntos de valores asociados a lo que es el “barrio-barrio”, como fraternidad, confianza, el amigo del barrio, la solidaridad, etc. Y se manifiesta también la nostalgia de aquél “barrio perdido” asociado con el “cambio de códigos” y la inseguridad: “Y si un tipo se caía, el otro le decía ‘levantate’ y si no se levantaba, la pelea concluía en eso, y se daba que había ganado. Esto era dónde había códigos.”¹⁰

Estas tendencias podemos verlas también en las entrevistas realizadas. Tal como se mencionaba, se desprende de las entrevistas una aparente correlación entre pérdida del barrio con la pérdida del bar de barrio: *“se han perdido los barrios, entonces después viene la pérdida del café de bar. Primero se perdió el barrio, la vida de barrio (...) Que se hayan perdido los cafés y los bares de esquina es una consecuencia, no una causa”*¹¹. El “barrio perdido” engendra nostalgia y un recuerdo de que aquel tiempo pasado era mejor. *“Se perdió esa reflexión del barrio, que cualquier vecino te decía ‘Mirá nene portate bien’”*¹². Nuevamente en esta nostalgia aparece también la correlación entre la pérdida del bar con la pérdida del barrio: *“El barrio, el boliche de barrio, se empobreció como se empobrecieron los barrios”*¹³

Transformaciones concretas mencionadas por los entrevistados, surgen principalmente en los bares de barrio clásicos. En los bares ya modernizados, aparecen solamente como un recuerdo. No con añoranza. Mencionan como transformación el cierre de muchas fábricas en los alrededores, lo que implicó que los barrios fueran vaciándose. Esto lo asocian a la baja en la clientela, a los ritos de consumo y trabajo (que al salir, de pasada de la fábrica a su casa, podían tomar una copa) y al envejecimiento sin renovación de su clientela. A su vez, en estos barrios (más periféricos, más alejados de la costa) se menciona el elevado promedio de edad, acompañado también de un vaciamiento de nuevas generaciones.

Ahora bien, los cambios en los barrios, en casi todos los casos son mencionados como algo que simplemente “sucede”: *“cambios hay siempre en todos lados, y el que no cambia se muere”*¹⁴, como algo neutral: ni bueno ni malo. Pero otros entrevistados afirman que las transformaciones han sido para peor: por un lado por la clientela perdida, el cierre de las fábricas y las consecuencias que esto provoca. Y luego casos

¹⁰ Julio Toyos

¹¹ Bar El Hacha

¹² Bar Tabaré

¹³ Julio Toyos

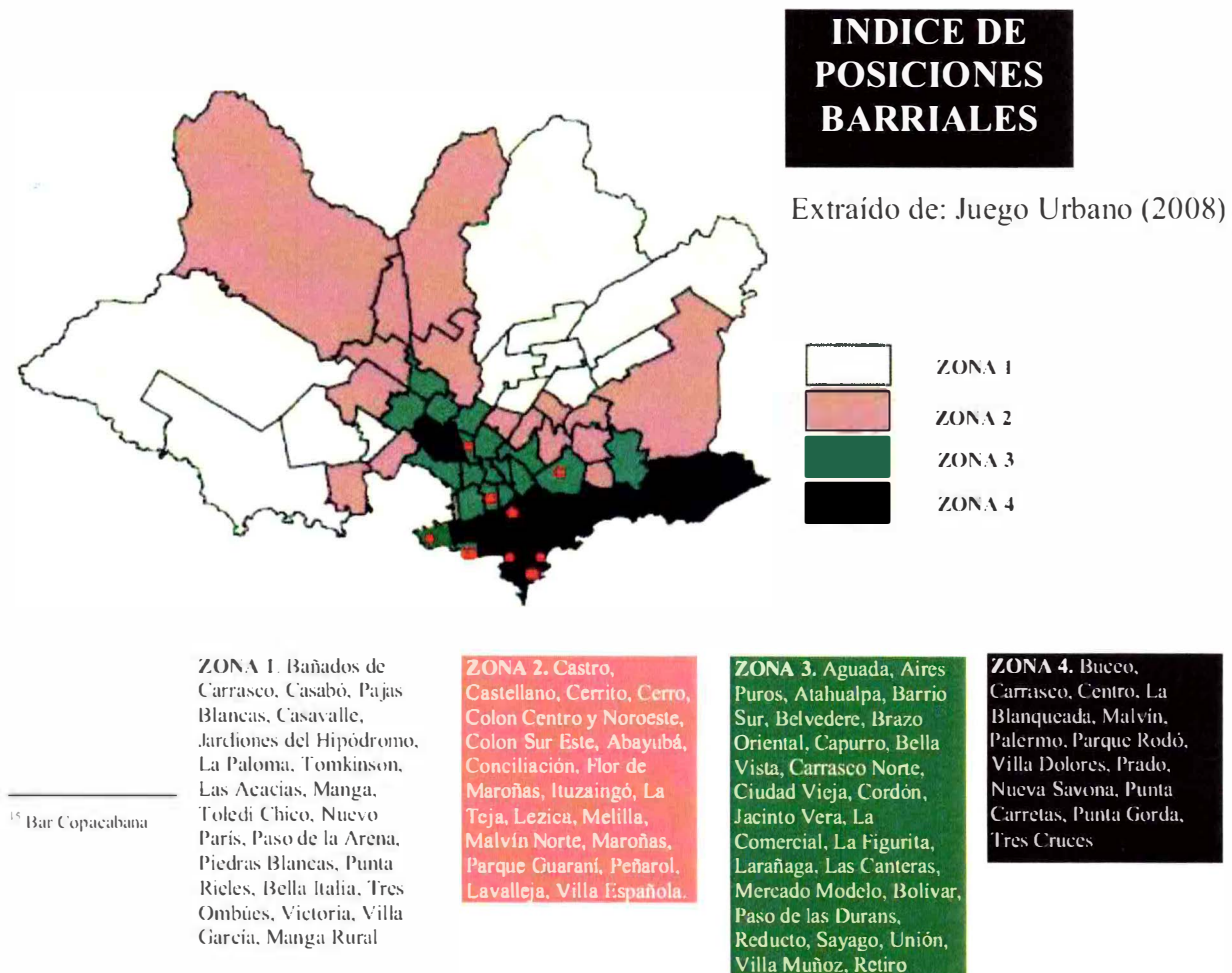
¹⁴ Bar Copacabana

puntuales, como la Inauguración de la Plaza Liber Seregni, frente al Bar “Nuevo Rey”, que no es vista como algo positivo ni como algo a aprovechar. O la peatonal Sarandí, en la Ciudad Vieja. El estacionamiento pago en Centro y Ciudad Vieja, entre otros. Ninguna transformación, salvo en el caso de los bares modernizados, es vista como positiva.

En relación a esto, comienza el segundo aspecto dentro de la transformación de barrios, que tiene que ver con los barrios que acompañan y los que no. Para decirlo en términos de un entrevistado: “... otra de las cosas que pasa, también el barrio de repente tampoco te acompaña. Vos de repente apuntas a crecer y el barrio no tiene las posibilidades de ese consumo, de cosas. Y si lo quiere consumir, no lo va a consumir en ese barrio”¹⁵

Surgen dos puntos: por un lado, los barrios que acompañan y los que no, y la movilidad de las personas hacia determinados barrios, por otro. Si bien no es el objetivo de este trabajo determinar el por qué algunos barrios acompañan la modernización y otros no; ni por qué los individuos se desplazan de un barrio a otro, se mostrarán ciertas tendencias e indicadores que complementan la reflexión.

Tomando como base el mapa de IPB, podemos determinar, de manera aproximada, dentro de qué zona están los bares seleccionados para las entrevistas. (Los puntos rojos presentan la ubicación de los bares)



La totalidad de los bares pertenecen a la zona 3 y 4. Si bien esta división resulta interesante, no arroja conclusiones determinadas. La zona 3 termina siendo muy amplia para este caso, pues incluye bares modernizados como no modernizados. Entonces no parece ser un indicador asociado a la modernización del bar. Además, salta a la vista un caso extremo: el bar Nuevo Rey, que no es un bar modernizado, y mantiene todas las características del antiguo “bar de barrio” (incluso hasta tiene un baño solo) pertenece a la zona 4.

Lo que parece importar, según el discurso de los entrevistados, es pertenecer a la Zona 4 y específicamente, a la zona costera de la ciudad: *“La gran masa de boliches está en Pocitos, Punta Carretas, Carrasco, y cada vez son más lindos, más coquetos.”*¹⁶

El IPB resulta demasiado amplio para esta investigación, pero señala la tendencia aparentemente preferida: en aquellos barrios donde los indicadores anteriormente mencionados son más altos, pareciera que las posibilidades de que un bar se modernice y funcione bien, son bastante altas. Surge la cuestión entonces, de si el bar Nuevo Rey eligiera modernizarse, si bien se encuentra alejado de la zona costera, tal vez tenga opciones de salir adelante, modernizado y con una clientela más amplia.

3. Cambio del rol de la mujer en la sociedad

*“Como que ahora salen todos juntos, antes el marido salía por un lado, la mujer no salía o salía con los hijos. El marido sí podía salir solo. Vos ahora ves que vienen muchas muchachas solas, mujeres solas y que no es que tengan que ser divorciadas o viudas ni nada, es porque el marido se queda en su casa y sale otro día. Me parece que cada uno dejó de tener su espacio, antes la mujer dependía del hombre y de lo que hiciera el hombre y de lo que el hombre quería.”*¹⁷

Según el historiador Michelena, en su entrevista comenta que fue el Café Sorocabana, en la Plaza Cagancha el que comenzó a tener una mayor presencia femenina, allá por 1940, *“tal vez por la vecindad del Instituto Magisterial Superior, el Taller Torres García, Amigos del Arte, algunos teatros. A partir de finales de los sesenta se generalizó la presencia de la mujer en bares y cafés, a medida que iban ganando terreno también en la educación, lo profesional y lo laboral.”*¹⁸

El cambio del rol de la mujer está, para los entrevistados, asociado principalmente a su inserción en el mercado laboral.

Los entrevistados comentan que ahora tanto el hombre como la mujer trabajan por igual, y esto provocó que se la incluyera en otras áreas, como los bares, antes *“prohibidos”* para ellas. Cabe recordar que los bares solo contaban con un baño, con eso ya eran habilitados por la Intendencia Municipal de Montevideo. La

¹⁶ Daniel Fernández

¹⁷ Bar Los Yuyos

¹⁸ Alejandro Michelena

irrupción de la mujer en nuevos roles en la sociedad, le permitió ir adquiriendo un puesto de igualdad frente al hombre, lo que con el paso del tiempo implicó (en los casos generales) que la mujer saliera igual que el hombre, que la mujer saliera sola con sus amigas, tomara sus copas, gastara su dinero. El estereotipo de Ama de Casa (aunque no en su totalidad) también se ha ido así como se han ido los bares de barrio.

Si bien se desprende de las entrevistas que son muchas las mujeres que frecuentan bares (de barrio y modernizados) surge también el caso como el bar Nuevo Rey, que recibe mujeres pero con ciertas reservas, ya que hasta el día de hoy, sigue contando con un baño solo: *“Mujeres vienen, pero antes de atenderlas, les decimos, miren que no hay baños para damas, para que no pidan una cosa y después... tu puedes quedarte, pero...”*¹⁹

4. Restricciones Económicas

*“A mí no me importa porque si yo tuviera que esperar de lo que me dedujeran de los impuestos para poder paliar otras cosas.... espero tranquilo... bueno, por eso metí las máquinas”*²⁰

*“Y porque los aguantadores de mostrador, los tipos que pagaban la vuelta, que tenían billetes, que paraban el coche en la puerta, esos tipos se mudaron a barrios más pudientes”*²¹

Como se mencionó, la dificultad económica asociada a la desaparición de los bares de barrio tiene dos aspectos:

[a] Por un lado, la dificultad del dueño del bar de invertir para poder modernizarse. Además de la dificultad asociada a aquellos barrios que no siempre acompañarán la modernización del bar, la dificultad económica de mantener un bar y llevarlo adelante aparece como un factor que explica el cierre de muchos.

Desde el lado institucional, CAMBADU está trabajando para crear un fondo económico para *“embellecer bares”*²², intentando ayudar a los dueños a invertir y mejorar su bar. Sin embargo, varios dueños de bares (en su mayoría, de barrio) comentan las dificultades económicas que tienen para llevar adelante su bar. Antes podían mantenerse con la copita, pero ahora no: *“Acá hay \$15.000 de luz”*²³ o hay *“mucho impuesto”*²⁴, y surge en algunas entrevistas un reclamo hacia las autoridades y hacia la Intendencia sobre prometidas ayudas para refaccionar y modernizar el bar pero que luego de varias gestiones, estas ayudas aún no se hacen presentes.

Más adelante se verán los distintos puntos de vista acerca de la modernización (o no) de los bares. Y si bien no todos coinciden en este apartado, sí todos marcan una necesidad de reformar algunas cosas, pero no

¹⁹ Bar Nuevo Rey

²⁰ Bar Nuevo Rey

²¹ Julio Toyos

²² Daniel Fernández

²³ Bar Cavallieri

²⁴ Bar Montevideo Sur

logran hacerlo porque *“muchas veces no te da el capital, o sea lo que sacas apenas te da para vivir. Entonces vos no lo podés reinvertir en el negocio.”*²⁵

[b] Por otro lado es mencionada la dificultad de los clientes, que quizás hoy en día necesitan tener más dinero para poder ir al bar. En este caso no contamos con datos que aseveren si esto es cierto o no, pero la percepción de varios de los entrevistados es similar a la siguiente: *“Hay un público que hoy no puede acceder a darse el gusto de ir a comer a un bar, no hay los ingresos que había antes.”*²⁶ Se menciona mucho también el “boom” del delivery, que la bebida siempre es más barata si se compra en el super o en el quiosco del barrio, entonces la gente opta por este tipo de opciones. Y en relación a esto y a la movilidad barrial, se menciona que muchos *“aguantadores de mostrador”*²⁷ se mudaron a barrios de mayor clase social, con otro tipo de servicios, y prefieren consumir en ese tipo de locales, que en otros.

De manera más general, se mencionan también como importantes para la desaparición de los bares la crisis de los años 60 y 2002.

MODERNIZACIÓN

La gran dicotomía que diferencia a los bares aparenta ser la modernización. En el discurso de los entrevistados surge una clara división entre aquellos a favor de modernizarse y aquellos en contra. Intuitivamente podría pensarse que la dificultad mayor a la hora de modernizarse sea el costo y la inversión que eso implica. Pero esto no se menciona en el discurso de los dueños asociado directamente al tema de la “modernización”. Sí, como se ha mencionado, las dificultades económicas las relacionan más con el posible cierre de los bares de barrio.

Por lo tanto los discursos pueden dividirse en dos grupos:

[a] En el caso de quienes consideran que la modernización es importante, no todos lo han logrado (ya sea total o parcialmente). Por ejemplo, el dueño del bar “Gran Arenal” manifiesta en varias oportunidades la importancia de la modernización: *“si quiero subsistir, tengo que hacerlo. Tengo que hacerlo ya, sí o sí (...) sino, voy a morir como otros.”*²⁸ En su caso particular, no son los mencionados motivos económicos lo que lo detienen, sino simplemente un “cansancio mental”. El dueño de Gran Arenal afirma que él sólo no puede llevar adelante ese trabajo y no ha surgido una nueva figura con la energía necesaria para realizar estos cambios. La inyección de gente joven y con nuevas ideas, se menciona en varias oportunidades como un factor clave a la hora de modernizarse.

²⁵ Bar Copacabana

²⁶ Bar Copacabana

²⁷ Julio Toyos

²⁸ Bar Gran Arenal

Un ejemplo de “Inyección Joven” es el UniBar, dirigido por la segunda generación. Busca mantener el espíritu del bar y su estructura física, e intenta agregarle nuevas cosas: *“La idea fue agregarle música, siempre tratar de hacer algo. Música en vivo. Siempre se le está agregando algo, nunca está quieto.”*²⁹ Para el dueño del UniBar, la modernización es clave.

En un punto intermedio, el bar Copacabana, también segunda generación, ha realizado algunos cambios (como en el menú, aumentando el espacio físico del local, sillas en la peatonal) pero mantiene fuertes tendencias tradicionales (como el tipo de público, horarios de atención, entre otros). Considera que la modernización es importante. *“Siempre hay que modernizarse y estar al día, si no estás al día, vas cayendo, es bien fácil.”*³⁰

Es interesante comentar también, que como ejemplo de modernización surge el Tranquilo Bar (ubicado en 21 de Setiembre y Roque Graseras) que en parte contradice alguno de los puntos mencionados hasta ahora: es un bar donde no se le ha hecho demasiada inversión, pues no ha cambiado nada sustancial en la estructura, pero sí hay gente joven que ha realizado cambios sustanciales en cuanto al servicio y al menú: *“Cambió la cabeza, porque adentro no cambió nada, está igual que antes, está limpio nada más.”*³¹

[b] En el otro extremo del espectro de la modernización, tenemos algunos bares que no buscan modernizarse, no les interesa y prefieren mantenerse así. Son generalmente los dueños de edad ya avanzada, que no tienen alrededor el impulso del joven pero tampoco les interesa tenerlo. No se modernizan porque no quieren hacerlo. Además, no mencionan en su discurso limitaciones para la modernización. El bar Nuevo Rey, Montevideo Sur y Bar Mago son ejemplos de esto. Su rutina ya es una determinada, no buscan crecer ni acompañar los cambios. Mientras hoy en día el bar les resulte rentable (que por ahora para ellos así lo es), no realizarán cambios. Cuando “las copas” no les fueron suficientes, los tres optaron por algún tipo de cambio (aunque no necesariamente una modernización): en el caso del Nuevo Rey se colocó una máquina traga monedas, y en los otros dos bares, implementaciones nuevas en el menú e intentar mantener el local limpio y prolijo.

Tanto en la entrevista realizada a Alejandro Michelena como a Geraldine Montaña, ambos mencionan la idea de rescatar lo tradicional del bar, lo histórico, acompañándolo de cambios, pero manteniendo la esencia. Ésta es también la perspectiva de la última dueña del bar El Hacha.

Michelena comenta a su vez, que muchos dueños de bares pueden haberse no modernizado por la sensibilidad asociada al viejo bar de barrio. Sin embargo la conclusión aquí presentada es otra. En el caso de los que no les interesa modernizarse, nunca aparece en cuestión el deseo de mantener lo que significa el bar de barrio en sí. Como se mencionaba, el espacio simbólico del bar, no buscan recuperarlo, lo mantienen más que

²⁹ Bar UniBar

³⁰ Bar Copacabana

³¹ Bar Tabaré

nada por una rutina de acostumbramiento. No defienden ni buscan rescatar lo histórico del bar, sino buscan su propia tranquilidad y comodidad. A raíz de esto surge que los bares que se han modernizado (total o parcialmente) son los que verdaderamente buscan mantener este espacio, mencionando en sus discursos el deseo de acoplarse a los cambios pero sin perder la esencia, sin perder lo histórico. Luchan por recuperar el espacio simbólico del bar, no ya del barrio quizás, pero sí de un nuevo tipo de bar, que busca rescatar la esencia del bar de barrio, pero con características de la nueva sociedad de consumo.

JÓVENES

El joven es un actor mencionado en los discursos de los dueños de bares de manera particularmente protagonista. En los inicios del presente trabajo, la pauta de entrevista no contenía ninguna pregunta asociada a los jóvenes como clientela. Luego de un par de entrevistas y entender como el término sobresalía en el discurso, se decidió incluir preguntas relacionadas hacia el joven como cliente (o no). En el caso de los bares modernizados, no hay conflicto alguno. Apuntan a tener todo tipo de clientela, principalmente gente joven.

La molestia hacia el joven se hace presente en los bares que catalogamos como típicos bares de barrio. Surgen dos razones de porqué prefieren no tener al joven como cliente. Consideran que no es un público que resulte rentable ya que, así como lo comentan varios: “...*porque con una cerveza están tres o cuatro horas*”³², entonces no es un consumo que sirva: gastan poco y ocupan lugar por mucho tiempo. Además de esto, afirman varios dueños que los jóvenes prefieren el *delivery* y comprar la cerveza en el supermercado o el quiosco, pues allí les resulta más barato. Los dueños de bares modernizados podrían argumentar en contra de esta afirmación, demostrando como a sus bares sí concurren jóvenes y el consumo les resulta rentable. Claro que aparece el caso complejo de bares ubicados en barrios “no privilegiados”, pero allí los problemas aparentan ser otros.

En esta primera razón puede encontrarse evidencia contraria en otros bares. Pero la segunda razón es subjetiva y aparenta ser la de mayor peso para que los dueños elijan no recibir clientela joven. Aparecen frases como “*la juventud cambió*”³³ o “*se ha perdido todo ahora... se ha perdido el nivel*”. La idea de que “la juventud está perdida”, que no tienen “buenos valores” es lo que está tras estos discursos.

También se menciona fuertemente la “nueva forma de tomar de la juventud”: varios dueños lo describen sorprendidos y como un fenómeno preocupante, que lo rechazan fuertemente. Según ellos, ahora los jóvenes toman en las calles, en el cordón de la vereda, en las plazas. Afirman que ya no vienen porque “*toman en cualquier lado*”³⁴ y además les sale más barato.

Entonces no sólo hay un rechazo a modernizarse por parte de estos dueños de bar, no sólo hay un deseo de mantener incambiado su espacio personal, sino que se esconde también un miedo encerrado tras la cara del

³² Bar Nuevo Rey

³³ Bar Mago

³⁴ Bar Nuevo Rey

joven. Lo asocian a “todo lo nuevo” de la sociedad, que es malo y que atenta contra su rutina, su tranquilidad y alimenta su idea de que todo tiempo pasado siempre fue mejor.

El bar antes se caracterizaba por su espacio integrador: “*La integración (en el bar) se daba toda.*”³⁵ Y “*han sido, de una u otra forma, lugares democráticos de encuentro y socialización.*”³⁶ Son varios los entrevistados que mencionan la pérdida de este espacio. Las relaciones interpersonales son diferentes, y el bar no es el punto de encuentro común, democrático, para todos. Los jóvenes parecen ser los más relegados por parte de algunos dueños de bares, los más de barrio (que inicialmente habrían abierto un espacio integrador), sin darles la oportunidad de entrar a sus bares. Muchos jóvenes entonces, continúan alimentando el desplazamiento y se trasladan de un barrio a otro, hacia donde son recibidos, hacia donde se sienten “perteneciendo”. La dificultad es con los jóvenes que no tienen esta posibilidad, con los que no frecuentarían los bares más modernizados (ya sea por su situación económica o por una percepción de segregación) pero tampoco son recibidos en bares quizás más acordes a sus posibilidades económicas.

Daniel Fernández menciona que la integración que hay hoy en día se da entre los jóvenes en los boliches nocturnos, principalmente en los locales bailables donde, según él, las clases sociales aparecen de manera más heterogénea.

CATEGORIZACIÓN FINAL

Antes de concluir con el análisis, resulta interesante unir dos de los ejes principales de la discusión. Se han mencionado los bares modernizados y los bares de barrio por un lado, y se ha mencionado la esencia del barrio y el creciente desapego entre el bar y el barrio, apoyándose esta idea en los movimientos de las personas de un barrio hacia otro. Estas cuatro categorías conforman un espacio interesante, que describe cuatro tipos de bares diferentes.

Se vinculará entonces el Tipo de Establecimiento (Bar de Barrio o Bar Modernizado, como han sido previamente definidos) con el Espacio Geográfico y Simbólico: Barrio o Más allá del Barrio. Con “Más allá del barrio” se hace referencia al espacio geográfico que abarca (o busca abarcar) el bar: no sólo centrarse en su barrio locativo, sino atraer gente de otros barrios.

³⁵ Bar Tabaré

³⁶ Alejandro Michelena

Tipo Establecimiento	Espacio Geográfico / Simbólico	
	Barrio	Más allá del barrio
Bar de Barrio	<p>1. Típico bar de barrio, que no se ha modernizado ni aspira hacerlo. Se maneja con una clientela relativamente habitual, toda perteneciente al barrio y a los alrededores. Un ejemplo es el Montevideo Sur.</p>	<p>2. Esta aparenta ser una categoría vacía. Podría afirmarse que un bar de barrio, tal como es considerado, le es irrelevante este espacio geográfico pues no está dentro de sus objetivos.</p>
Bar Modernizado	<p>3. Son bares que se han modernizados pero se ven atrapados en su barrio. No es su objetivo estar “en el barrio”, pero por determinadas características del barrio, caen en esta categoría. Un ejemplo de esto es el Bar Hoqcuart 2000. Este es un bar bastante moderno y con una propuesta actual, shows en vivo, ubicado en Hoqcuart y Martín C. Martínez, un barrio “no preferido”.</p>	<p>4. Son los bares modernizados, con clientela diversa y heterogénea, provenientes de otros barrios. Un ejemplo es el Bar Tabaré, en Punta Carretas.</p>

Las entrevistas parecen demostrar una tendencia a que el **bar se desvincule del barrio**. En primer lugar, porque los típicos bares de barrio, apegados al espacio geográfico del barrio, están en desaparición. Y en segundo lugar, porque los bares con más éxito a nivel comercial se ubican en la categoría 4, apuntando a una clientela mayor y un rango amplio de edad (incluyendo a los jóvenes). Y si bien los precios de las cartas resultan muy variados, en su mayoría apuntan a personas de clase media y media-alta.

Este cuadro muestra también como es incompatible que un bar de barrio se traslade a la categoría 2. Si bien no hay datos que lo puedan afirmar totalmente, es clara la idea de que el bar de barrio como tal, como era, nunca podrá abarcar más allá de su barrio. Es contradictorio con su esencia pura.

Ahora bien, quizás la categoría más desafiante sea la 3. Aquellos bares que se modernizan pero se encuentran atrapados en barrios que los segmentan, que entorpecen el camino del resto de la sociedad hacia ellos. Ya sea por prejuicios, por inseguridad, por servicios, por lejanía, transporte, o por diversos motivos que aquí no se pretende ahondar, pareciese que no cualquier bar modernizado hoy en día tendría éxito. Pues, ¿Cómo puede un dueño de bar, que ha invertido en modernizarse y actualizarse para sobrevivir, salir adelante en estos

barrios? Un cambio importantísimo de las pautas de consumo ha sido el mencionado traslado de las personas de su barrio residencial a otros que consideran más atractivos. ¿Es posible cambiar estos flujos?

¿Esto implica entonces que los barrios céntricos de la ciudad, los alejados de la costa, desaparecerán? ¿Qué serán barrios vacíos y sólo residenciales? La respuesta a estas interrogantes es muy compleja y puede abarcar distintas interpretaciones. En base a lo que se desprende de las entrevistas, pareciera que los barrios no van a desaparecer, pero sí que se están transformando, y porque se están transformando también las relaciones interpersonales. Probablemente antes los vecinos se conocían mucho más entre sí de lo que se conocen hoy en día. Antes tal vez se encontraban en la esquina del bar, hoy un grupo de amigos, que viven en distintas partes de la ciudad, se trasladan y se reúnen en un punto común. Cuál es el futuro de los bares atrapados en el barrio es muy difícil de predecir. Pero es importante resaltar que son dueños osados aquellos que están invirtiendo en barrios más difíciles. Y éste sea quizás el primer paso para redireccionar los flujos entre los barrios y volverlos más amplios. Y todo esto, es fundamentalmente importante, que sea acompañado por medidas de la Intendencia Municipal de Montevideo, que aliente el consumo en todos los barrios y no sólo en la costa. Y un consumo apto para todos y que funcione como espacio integrador y como catalizador de la movilidad. Porque no solo los bares se perderán, sino también los barrios.

Existe finalmente, una fuerte relación entre, las características de una Arquitectura Posmoderna y aquellos bares que han cambiado su apariencia. Pareciera entonces que, al menos a la hora de elegir a qué bares se va y a cuáles no, las características vinculadas con la Sociedad Posmoderna, son las que rigen dicha elección. Y así como se presentó el amplio debate existente sobre la modernidad y la posmodernidad, lo más importante de esto es afirmar que vivimos en una yuxtaposición entre ambas cosas, así como también los bares. Algunos han encontrado el desafío y han avanzado en una búsqueda para adaptarse a las nuevas exigencias. Y estas nuevas exigencias no han sido todas ignoradas: es importante rescatar que en muchos casos, estas exigencias ayudaron a los Bares de Barrio a mejorar: a ofrecer un mejor servicio, a mantener el local limpio y cuidado, a mejorar en la atención, etc.



CONCLUSIONES

La hipótesis presentada al comienzo del trabajo, decía: En los últimos años, las pautas de consumo y de conducta han ido cambiando y generarían la desaparición de los bares de barrio. En esto habría influido directamente la propia transformación de los barrios y el rol de la mujer en la sociedad. Además, la modernización del bar de barrio, estaría directamente relacionada con su ubicación barrial.

Las distintas entrevistas confirman lo que se ha planteado, cada una con diversos matices. La diferencia más grande se encuentre tal vez en la afirmación de la correspondencia entre modernizarse y la ubicación barrial. De manera directa, esta relación no surge en las entrevistas. Las “dificultades” a la hora de modernizarse aparecen asociadas a restricciones económicas o directamente al rechazo absoluto al cambio. Uno tendería a pensar que aquellos bares que hoy se mantienen incambiados, lo han hecho pues guardan con nostalgia sus recuerdos de Bar de Barrio y que de alguna manera intentan mantener este espacio olvidado. Sin embargo, el discurso sugiere algo inesperado. Aparentemente, los Bares de Barrio que quedan, sobreviven para no perder su propio espacio personal, sin importarles el espacio simbólico representado por el bar de barrio. Son los dueños jóvenes quiénes, en su búsqueda por salir adelante y tal vez, más adaptados a los cambios de la sociedad, han sabido como cambiar ciertas características que resultan claves para atraer nueva clientela, pero que no contradicen ni anulan la esencia de aquellos bares típicos. Es más, en ellos surge un deseo de permanencia, un deseo de recordarle al barrio, a los vecinos, que existe este espacio llamado bar, pero que ahora es diferente: mejor servicio, mejor menú, mejor atención, mayor y diversa clientela. Para J. Livingtone (en Bauman, 2010) el consumo ha penetrado en todas las esferas de la ciudad, de manera que la subjetividad misma es una mercancía de compra y venta más, que se traduce en formas de belleza, limpieza, sinceridad y autonomía. Es tal vez la subjetividad, lo que más han sabido vender los dueños de bares modernizados. Y en relación a esto, R. Inglehart (2001) afirma que *“en la posmodernización, el proyecto central es maximizar el bienestar individual, que cada vez depende más de factores subjetivos. El comportamiento humano deja de estar dominado por el imperativo económico de la provisión de comida, ropas y alojamiento y se orienta hacia la búsqueda de los factores relacionados con la calidad de vida”* (2001:100). Se busca el bienestar subjetivo, no más el económico, salvo aquellas actividades cuyo valor resida en una contribución a este bienestar subjetivo. El desafío radica, tal vez, en encontrar ciertas formas que abarquen varios tipos de subjetividades. Es que la ampliación del individualismo, como plantea Lipovetsky, ¿implicaría la creación de un bar para cada individuo? Obviamente que una propuesta así sería imposible. Pero, las tendencias parecerían indicar que bares *“pastiche”* podrían funcionar mejor, ya que de alguna manera, estarían abarcando más cantidad de subjetividades.

En el marco teórico ha sido planteada una discusión acerca del consumo y la segregación que pueda generar. Por un lado existen autores con una perspectiva global, y por otro, autores con una perspectiva individual, que asumen que son las decisiones de los individuos las que, en sumatoria, van guiando qué tipo de consumo se generará, y para quiénes. Es posible que los cambios vividos por las nuevas generaciones, tales como el avance de Internet y la información globalizada, la comunicación en el instante, el disfrute máximo y cambiante rápidamente, cercanías, igualdad de roles en la sociedad, entre muchos otros, han obviamente afectado en las formas a consumir. Hoy la persona tiene una amplia gama de opciones a la hora de decidir en dónde, cómo y con quién disfrutar de su tiempo de ocio. El desafío está ubicado en la contraparte, de manera que pueda escuchar, ver y percibir estas demandas, que logre ir más allá de *"las mayorías silenciosas"* y sepa como traducirlas, en este caso, en un bar al que iría la mayoría.

La dificultad aparece en relación a la movilidad del individuo de un bar a otro. Como se mencionaba en el marco teórico, el papel de los barrios resulta clave no sólo por las modificaciones que ha sufrido, sino también por el poder de decisión que tiene, de alguna manera, sobre los individuos.

En primer lugar, es claro que el cierre de muchas fábricas, el vacío de muchos barrios (principalmente de gente joven) y la concentración de servicios en otros, aumenta la dificultad de supervivencia para un dueño de bar. Pero a su vez, en este sistema de votación individual, las personas no sólo han elegido los lugares de consumo, el tipo de consumo y los productos de consumo, sino que **han elegido también qué barrios consumir**. Hoy en día son en su mayoría barrios costeros, como Carrasco, Punta Carretas y Pocitos. La localización espacial y desigual se ve reflejada en el éxito (o no) de los diferentes bares. A partir de este razonamiento, se generaron cuatro tipos de bares diferentes (mencionados anteriormente) vinculando la limitación del barrio con las características internas del bar (como estar modernizado o no). El *habitus* del individuo afectará directamente en sus posibilidades de consumo y movilidad. Las prácticas sociales se encuentran fragmentadas y localizadas.

Pero, si nos mantenemos con la asociación de Bauman entre consumo y sentido de pertenencia, resulta particularmente preocupante la situación de aquellos que no pueden llegar a consumir estos barrios, con los determinados servicios que ofrecen. Su sentido de pertenencia será otro, pero soñarán con llegar a éste. Y la exclusión será mucho más fuerte, porque está determinada por las elecciones propias de los individuos, es una exclusión entre ellos, entre nosotros, entre otros. Pero es una exclusión definida por *cada uno de nosotros*.

Para finalizar, puede considerarse a la Arquitectura Posmoderna como una manifestación, de las tantas, de la cultura híbrida que, según P. Burke (2010) está asociada con nuestra época posmoderna actual. *"Perry Anderson afirmaba que, en estos tiempos en los que vivimos, tendemos a 'alabar los cruces, lo híbrido, el popurrí'"* (2010:63). Pero esta hibridación, que hoy disfrutamos porque brinda variedad a los individuos cada

vez más exigentes, tiene un costo importante, que es la pérdida de tradiciones propias de cada región. Tal vez la próxima búsqueda de sentido no sea individual, sino de grupos que quieran mantener vivas sus raíces, sus costumbres. En relación a esto, Burke menciona que en paralelo a la globalización no sorprende que se estén dando procesos de nacionalismos y de identidades étnicas reactivas.

Hay hibridismos diversos. La cocina fusión (comida típicamente peruana por ejemplo, fusionada con ingredientes típicamente asiáticos), el tango electrónico y hasta el multiculturalismo puede ser un tipo de hibridismo.

En los bares de barrio de Montevideo pueden verse ciertas características híbridas. En un primer momento, las tradicionales barras de mármol, de origen europeo asociadas a la cultura gallega, fueron acompañadas con mesas de cármica, blancas y luminosas, de la época actual. Luego, para aquellos bares que han cambiado su apariencia, aparecieron las mesas de madera, más acogedoras, con pequeñas velas creando un ambiente en penumbra. Pero como toda forma híbrida, son mezclas inestables. Y no son necesariamente una fórmula de éxito.

Pero hay características del hibridismo que bien utilizadas, podrían servir de mucho a los bares de barrio. Para Burke *“no podemos diferenciar entre momentos y grupos sociales, también se puede hablar de encuentros entre iguales y desiguales, entre tradiciones de apropiación y de resistencia, y de los diversos escenarios en los que se producen los encuentros”* (2010:114). Un ejemplo que a nivel personal considero muy interesante y que aplica, es la Feria de Gastronomía Mistura, que todos los años se realiza en Perú. En dicha feria, con el correr de los años, se ha realzado la gastronomía popular peruana dándole el estatus de *gourmet* y abriéndose puertas en el mundo. *“Es una fiesta donde los peruanos de los diversos sectores sociales, edades, género nos reunimos sin distingos sociales alrededor de muestras ollas y fogones para celebrar nuestra tradición culinaria, sorprendernos ante nuestra creatividad, reafirmar nuestra identidad y celebrar nuestra diversidad cultural.”*³⁷. Cada año la cantidad de visitantes crece considerablemente, así como también la cantidad de expositores. Y se realizan también diversos concursos premiando los mejores platos y cocineros. De esta manera lo popular deja de estar perdido. Y además este ejemplo representa claramente como no existe una contradicción en modernizarse, en cambiar para poder crecer, pero sin perder la raíz, la costumbre. No se le exige a los bares de barrio que tiren su identidad y construyan una nueva. Se pide adaptación, renovación y valorización de la vieja identidad. Porque, como ya se ha mencionado, el bar de barrio que se ha *quedado atrás*, no ha sido en pos de la preservación de una identidad barrial o popular. Sino ha sido por falta de espacios, tanto personales como también institucionales, que apoyen con concursos por ejemplo, entre distintos bares de barrio, dando como premio al mejor de ellos, dinero o exoneraciones para que puedan modernizarse. El bar Nuevo Rey, sería por donde yo empezaría.

³⁷ www.mistura.pe

PROGRAMAS, PROYECTOS

A nivel institucional, tanto CAMBADU como la Intendencia, deben seguir trabajando en la línea que vienen haciéndolo. Los cursos ofrecidos por CAMBADU son una buena forma de ir transmitiendo nuevas ideas de negocios. Boliches en Agosto, aunque sea una semana al año, acerca a las personas a los diversos bares, puede irlos conociendo y se genera la oportunidad que vayan una vez más.

Pero considero que es clave realizar buenas investigaciones de mercado vinculadas a las características del barrio, y ofrecer determinados servicios, productos y precios, que sean acordes para todos, pero principalmente, acordes para el del barrio.

Así como el mundo está globalizado, los barrios, a su manera, también lo están. No es posible ya, hoy en día, que un bar sólo abra las puertas al vecino de la zona. La movilidad entre barrios es muy grande, hay diversas opciones de transporte (si bien no accesibles para todos, sí muy accesibles en comparación a varios años atrás) y el bar debe acompañar estos cambios, con propuestas que se adapten a las mezclas entre barrios.

Además, cualquier transeúnte que hoy recorra, por ejemplo, la calle 21 de Setiembre hacia la rambla, puede pensar que volvió aquello de *“un bar en cada esquina”*. Y si hay tantos bares en esas esquinas, tanto consumo, es que hay posibilidades de generar nuevos espacios e incluso de generar nuevos barrios.

La Intendencia debería no sólo preocuparse por volver a ocupar los barrios residenciales, sino también ofrecerles servicios de buena calidad. Puntualmente, considero que tarde o temprano, como ya se ha comentado, que el bar con mayor potencial (dentro de los entrevistados) es el Nuevo Rey, ubicado frente a la Plaza Liber Seregni. Esta plaza recibe cantidad de jóvenes próximos a la zona, y actualmente ofrece mejores servicios un quiosco vecino del bar, que el propio bar. Considero que es una oportunidad a explotar.

Finalmente a nivel individual, también tenemos nuestra responsabilidad: podemos intentar buscar otras opciones: no consumir siempre lo mismo en las mismas zonas. La ciudad tiene diversos lugares a los que podemos concurrir, y creo que podríamos darle una oportunidad a aquellos bares que se han modernizado y tienen una propuesta amplia e interesante, pero se encuentran en barrios “menos consumidos”.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguiar, Sebastián** (2008) *El Juego Urbano. Socio(lógicas) del habitar*. Tesis de Maestría en Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República. Tutor. V. Filardo.
- Arocena, Felipe** (1993) *La Modernidad y su desencanto*. Vintén Editor, Uruguay.
- Alonso Pereira, José Ramón** (2005). *Introducción a la Historia de la Arquitectura*. Reverté, España.
- Augé, Mark** (1996) *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa. España.
- Baudrillard, Jean** (2008) *El pacto de lucidez o la inteligencia del mal*. Amorrortu, Argentina.
- Bauman, Zygmunt** (2010) *Mundo Consumo*. Paidós. Argentina.
- Bauman, Zygmunt** (2007) *Vida de consumo*. Fondo de cultura económica de Argentina. Argentina.
- Bauman, Zygmunt** (1996) *De peregrino a turista, o una breve historia de la Identidad*. En: *Stuart Hall y Paul du Gay (comp)*. Amorrortu, Buenos Aires-Madrid.
- Bernal, César Augusto** (2006) *Metodología de la Investigación*. Pearson Educación. México.
- Burke, Peter** (2010) *Hibridismo cultural*. Akal, España.
- Canclini, García Néstor** (1995) *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo. México.
- Castells, Manuel** (1985) *La cuestión urbana*. Siglo veintiuno editores. España.
- Centro de Almacenes Minoristas, Baristas, Autoservicistas y Afines del Uruguay (CAMBADU)** www.cambadu.com.uy (Visitada en Agosto 2009)
- Defensa al Consumidor** www.consumidor.gub.uy (Visitada en Julio 2009)
- Featherstone, Mike** (1991) *Cultura de consumo y posmodernismo*. Amorrortu. Argentina.
- Filardo, Verónica; Muñoz, Carlos; Aguiar, Sebastián; Chouhy, Gabriel; Nobola, Laura; Rojido, Emiliano; Pedro, Schinca y Farías, Ema**. Documento de trabajo N° 75 en www.fcs.edu.uy
- Habermas, Jürgen** (1989) *El discurso filosófico de la modernidad*. Taurus, España.
- Habermas, Jürgen** (1998) *Teoría de la acción comunicativa. Tomo II. Crítica de la razón funcionalista*. Taurus, España.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor**. *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*. En: http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentacion/investigaciones/Max_Horkheimer_y_TheodorAdorno_La_industria_cultural.pdf (Visitada en Octubre 2009)
- Houxley, Aldous** (1969) *Un mundo feliz*. Plaza & Janes, S.A Editores. España.
- Ibáñez, Jesús** (1979) *Más allá de la Sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Siglo veintiuno editores. España.
- Inglehart, Ronald** (2001) *Modernización y posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 Sociedades*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.
- Instituto Nacional de Estadística** www.ine.gub.uy (Visitada en Julio 2009)
- Jameson, Frederic** (1999) *El Giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo. 1983-1998*. Manantial, Argentina.
- Katzman, Ruben** (1999) *Segregación residencial y desigualdades sociales en Montevideo*. En Revista de la CEPAL, Chile.
- Katzman, Ruben; Filgueira, Fernando; Errandonea, Fernando** (2005) *Segregación residencial, empleo y pobreza en Montevideo*. En Revista de la CEPAL, N° 85, Chile.
- Katzman, Ruben y Wormald, Guillermo (coord)** (2002). *Los cambiantes rostros de la integración y exclusión social en cuatro áreas metropolitanas de América Latina*. Editor: Fernando Errandonea. ISBN 9974-52.036-3. Capítulo: Estructura de oportunidades, activos de los hogares y movilización de activos en Montevideo (1991-1998) de Carlos H. Filgueira.
- Küng, Hans** (1989) *Teología para la postmodernidad*. Alianza, Madrid.
- Lazzarato, Maurizio** (2010) *Políticas del Acontecimiento*. Tinta Limón, Argentina.
- Lipovetsky, Gilles**. (2002) *La era del vacío*. Anagrama, España.
- Lytard, Jean-François** (1993) *La condición postmoderna*. Planeta, Argentina.

- Michelena, Alejandro** (2009) *Los Cafés Montevideanos*. Arca, Montevideo.
- Mistura. Feria Gastronómica, Perú.** (Visitada en Julio 2011)
- Nosberg-Schulz, Christian** (2005) *Los principios de la Arquitectura Moderna*. Reverté, España.
- Noya, Javier (Ed.)** *Cultura, Desigualdad y Flexividad. La Sociología de Pierre Bourdieu*. En: http://books.google.com.uy/books?id=6AEC7yz91fYC&pg=PA189&lpg=PA189&dq=bourdieu+preferencias+al+consumir&source=bl&ots=U4gkHLiA3x&sig=WvV_iqqn33UhVBkXy1T_A58eXsM&hl=es&ei=W9bKSu_VHZDJIafG-p2SAw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2#v=onepage&q=&f=false (Visitada en Octubre 2009)
- Park, E. Robert** (1967) *La ciudad: sugerencias para la investigación del comportamiento humano en el ambiente humano*. Univ. Of Chicago Press, Ficha FCU 206.
- Portes, Alejandro; Robertos, R. Bryan y Grimson, Alejandro.** (2005) *Ciudades latinoamericanas. Un análisis comparativo en el umbral del nuevo siglo*. Capítulo: La ciudad fragmentada. Respuesta de los sectores populares urbanos a las transformaciones del mercado y del territorio en Montevideo, de Ruben Kaztman, Fernando Filgueira y Fernando Errandonea. Prometeo, Argentina.
- Rosato, Ana y Arribas, Victoria (coord)** (2008) *Antropología del consumo: de consumidores, usuarios y beneficiarios*. Antropofagia. Argentina.
- Revel, Judith** (2008) *Diccionario Foucault*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- Taylor, S. J. y Bodjan, R.** (1997) *Introducción a los métodos cualitativos de Investigación*. Madrid.
- Thiebaut, Carlos** (1998) *Vindicación del ciudadano: Un sujeto reflexivo en una sociedad compleja*. Paidós Ibérica. España.
- Trachtenberg, Marvin y Hyman, Isabelle** (1990) *Arquitectura. De la prehistoria a la posmodernidad*. Alkal, España.
- Valles, Miguel** (1997) *Técnicas cualitativas de Investigación Social*. Síntesis. Madrid.
- Veiga, Danilo y Rivoir, Ana Laura** (2004) *Desigualdades sociales en Uruguay*. FCS-CSIC. Uruguay.
- Veiga, Danilo y Rivoir, Ana Laura.** Documento de trabajo s/n en www.fcs.edu.uy

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Del Río, Eugenio** (1996) *Modernidad, posmodernidad (Cuaderno de trabajo)*. Talasa, España.
- Ritzer, George** (1999) *Teoría Sociológica clásica*. McGraw-Hill, España.