

LA GENTRIFICACIÓN COMERCIAL, ¿UN PROCESO DE ACTIVACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO URBANO?: LOS CASOS DE SANTIAGO (CHILE) Y SEÚL (COREA DEL SUR)

COMMERCIAL GENTRIFICATION, AN ACTIVATION PROCESS OF URBAN PUBLIC SPACE?: THE CASES OF SANTIAGO (CHILE) AND SEOUL (SOUTH KOREA)

Uri Colodro Gotthelf*

Artículo recibido: 16-05-2017

Aprobado: 10-06-2017

Resumen

El proceso de gentrificación corresponde a una dinámica ubicua espacialmente, a pesar de tener fuertes implicaciones y diferenciadas expresiones locales. El presente artículo analiza la situación del espacio público urbano y sus transformaciones a partir del desencadenamiento de procesos de gentrificación comercial en contextos urbanos totalmente diferentes: Santiago, en Chile y Seúl, en Corea del Sur, estudiando los barrios Italia e Itaewon respectivamente.

Abstract

The gentrification process is a spatially ubiquitous dynamic, having strong implications and differentiated local expressions. This article analyses the situation of the urban public space and its transformations, from the unleashing of commercial gentrification processes in totally different urban contexts: Santiago, Chile and Seoul, in South Korea, studying the neighbourhoods of Barrio Italia and Itaewon-Dong respectively.

*Asistente de Investigación
en el
Centro de Desarrollo Urbano
Sustentable (CEDEUS), de
la Pontificia Universidad
Católica de Chile. Licenciado
en Geografía por la Pontificia
Universidad Católica de
Chile y candidato a Máster of
Science, Universität Heidelberg,
Alemania.
jucolodr@uc.cl

Palabras clave: gentrificación, espacio público, Itaewon, Barrio Italia, Seúl, Santiago.

Keywords: gentrification, public space, Itaewon, Barrio Italia, Seoul, Santiago.

Introducción

Las prácticas sociales y culturales, entendidas como una realidad líquida, son capaces de expresarse sólidamente en el territorio y, asimismo, deslocalizarse a partir del proceso de globalización (Bauman, 1999). Así, los distintos fenómenos urbanos son posibles de apreciar en contextos geográficos totalmente diversos, existiendo una adaptación y mutación de acuerdo con las distintas sociedades que son parte de dichas dinámicas.

Los procesos de gentrificación constituyen relevantes transformaciones urbanas que se expresan a escala local, pero que están ocurriendo en este mismo instante en sitios tan distintos como Buenos Aires en Argentina, Berlín en Alemania, Dakar-Pikine en Senegal o Bangkok en Tailandia. Así, prácticamente todo proceso urbano impulsado por las fuerzas de los mercados neoliberales, tienen ganadores y perdedores: por un lado, los empresarios y promotores inmobiliarios obtienen grandes ganancias a partir de la captura de plusvalías, mientras que por otro los vecinos de toda la vida se ven obligados a abandonar sus viviendas, ya sea por un aumento del precio del alquiler, por la imposibilidad de pagar los cada vez más altos impuestos territoriales, o por mera presión y acoso inmobiliario.

Sin embargo, y a pesar de las fuertes repercusiones sociales y territoriales a las que da lugar el proceso de gentrificación, se produce un fenómeno interesante en determinados casos: la posibilidad de lo que Schumpeter (1976) denomina como “destrucción creativa” y el surgimiento de nuevas espacialidades y formas de apropiación del territorio a partir de la imposición de una nueva cultura (Zukin, 1995).

El presente artículo tiene por objetivo analizar brevemente dos casos, producidos en un país asiático y otro latinoamericano, pudiendo apreciarse así, la activación del espacio público a partir de la renovación urbana inherente a los procesos de gentrificación.

1. El proceso de gentrificación y el uso del espacio urbano

La gentrificación es un proceso que tiene lugar en los espacios urbanos, generando transformaciones de carácter económico, social y territorial en un determinado barrio. Los espacios sufren una re-significación, adquiriendo valor económico y simbólico a través del tiempo. Se orientan hacia nuevas actividades, entre las que destacan la residencial, artística, cultural y comercial. (Smith & Williams, 1986; Wyly & Hammel, 1999; Zukin, 1996; Schlack & Turnbull, 2011).

Dicho proceso se basa principalmente en la captura de plusvalías por parte de los actores empresariales e inmobiliarios en un contexto neoliberal, donde el valor del suelo va aumentando

La gentrificación es un proceso que tiene lugar en los espacios urbanos, generando transformaciones de carácter económico, social y territorial en un determinado barrio.

de manera progresiva, a medida que el barrio se consolida en distintos términos (Sabatini 2000; López, 2011; Harvey, 2013). Por un lado, la composición socio-económica de sus habitantes varía, al llegar personas de mayores ingresos (Hammett, 1991). Lo anterior genera una mayor atracción por el barrio en términos comerciales, y aparece así la demanda por nuevos servicios y otro tipo de comercio. Ello genera alternativas de inversión más seguras y una re-significación del espacio.

Cuando se produce esta consolidación con un fuerte carácter comercial, el proceso en sí mismo requiere re-orientar el espacio público, en el que surge la necesidad de que sea atractivo para los potenciales usuarios. Dichos usuarios, pueden provenir tanto del interior del barrio, a partir de la migración de nuevos residentes de un mayor poder adquisitivo, así como movimientos pendulares desde otras áreas de la ciudad, lo que comienza a potenciar su atractivo turístico. En este sentido, es posible que los locatarios se agrupen a través de asociaciones gremiales, así como también cabe la idea de que las administraciones locales o metropolitanas realicen actuaciones que favorezcan dicho proceso.

Por su parte, el espacio público urbano es la plataforma de socialización más importante de las ciudades. Ha pasado de ser un simple intersticio entre los espacios privados, a convertirse en redes de circulación así como de integración de los distintos colectivos humanos que componen la ciudad (León, 1998; Delgado, 2011; Perhaia, 2007; Borja y Muxí, 2000).

En el caso de los barrios que se analizan en el presente trabajo, la calle constituye el principal lugar de exposición, acceso e interacción para el comercio. Es por ello que resulta necesario para los locatarios poder potenciarla, con el fin de que la experiencia de compra sea lo más agradable posible.

La calle como principal espacio público urbano puede proyectarse y orientarse de distintas maneras, dependiendo del grado de intervención que presente, la apropiación que realicen los colectivos que la utilizan, así como de la inversión de las administraciones públicas en dotarla de infraestructura y equipamiento. No es lo mismo, entonces, una calle simple con aceras de concreto, luminaria básica y tendido eléctrico en superficie, que otra orientada como paseo de compras, con anchas aceras de baldosas, luminaria peatonal decorativa, bancos, papeleras, decoración con especies vegetales y buenas demarcaciones para promover un tránsito vehicular lento.

Así, lo más probable es que varíe la forma de entender y utilizar dicho espacio público, favoreciendo además a los privados que realizan actividades comerciales, con amplios escaparates para exhibir sus productos y terrazas para invitar al transeúnte al café o restaurante.

2. Producción artística, explotación de lo auténtico... ¿y espacio público?: el caso de Barrio Italia en Santiago de Chile

El Barrio Italia corresponde a un antiguo sector compartido entre las administraciones de Providencia y Ñuñoa. Sus orígenes se remontan a las primeras expresiones de expansión espacial de la ciudad

La calle como principal espacio público urbano puede proyectarse y orientarse de distintas maneras, dependiendo del grado de intervención que presente

de Santiago, a finales del siglo XIX, a través de cuatro etapas de transformación socio-territorial (Schlack y Turnbull, 2011). Dichos procesos se relacionan con la evolución histórica de la ciudad de Santiago, habiendo en una primera instancia, un proceso de migración de la clase media-alta hacia la periferia de aquel entonces. Posteriormente, ocurren subdivisiones prediales, aprovechándose para la instalación de industrias, talleres y bodegas, para luego pasar a una tercera etapa caracterizada por la llegada de artistas (Borsdorf, 2003; Schlack y Turnbull, 2011). El proceso actual que caracteriza al barrio, corresponde a la transformación de las antiguas casonas e industrias, que se han restaurado y reemplazado por galerías comerciales. Asimismo, en la zona que administrativamente pertenece a la comuna de Ñuñoa, se ha generado la construcción en altura y densificación residencial.

El proceso general que caracteriza al Barrio Italia corresponde a la *latinogentrificación*; es decir, la expresión latinoamericana de los mismos procesos que han sido ampliamente estudiados en el norte global (Ciccolella, 1999; Inzulza-Contardo y Galleguillos, 2016). En este caso, se incluyen como factores determinantes su expresión espacial en zonas pericentrales, la renovación de los cascos históricos y la participación tanto de actores públicos como privados (Butler & Hamnett, 1994; Lees et al., 2008).

A partir de 1973 con el Golpe Militar y el establecimiento de la dictadura, en Chile se comenzaron a aplicar paulatinamente políticas de corte neoliberal, las cuales se conservaron una vez recuperada la democracia, en la década de los noventa. En este sentido, la planificación urbana a escala local depende de los planes reguladores, los cuales no tienen una suficiente integración; finalmente, también son influidos por determinadas dinámicas de mercado. El proceso de reconversión del Barrio Italia no fue impulsado por parte de las administraciones públicas, sino que se produjo a partir de una constelación de situaciones particulares que permitieron revalorizarlo económica y culturalmente. Por un lado, influye su localización especialmente favorable, cerca del centro geográfico de la ciudad y próximo a estaciones de metro. Se suma a lo anterior, la existencia de viviendas de fachada continua, antiguas y de gran tamaño, que permitían recuperar su valor patrimonial por parte de artistas, quienes a su vez podían aprovecharlas tanto para la habitación como para instalar sus talleres. Así, poco a poco el barrio se fue poblando de nuevos residentes, quienes atrajeron nuevos emprendimientos comerciales a partir de la consolidación de una demanda progresiva a través del tiempo. En este sentido, son determinantes algunas dinámicas particulares, que se expresaron a través de procesos de *in-filling* en el centro de Santiago, y no en especial en el Barrio Italia por asuntos normativos. Aquellos grupos jóvenes emergentes comenzaron a

La planificación urbana a escala local depende de los planes reguladores, los cuales no tienen una suficiente integración; finalmente, también son influidos por determinadas dinámicas de mercado.

Lo que se genera finalmente es un híbrido a través de la figura de la galería comercial, pues las antiguas bodegas, factorías y casonas se subdividen en espacios con varias tiendas

valorar una localización residencial cercana a redes de transporte público y de las fuentes de empleo del sector terciario, a diferencia de la dinámica que se había generado durante los años noventa, de fuerte expansión de la periferia, acompañada del uso del automóvil y la oferta comercial cerrada.

Considerando el contexto de planificación neoliberal, las administraciones municipales han realizado actuaciones mínimas, por lo que la mayoría de reformas y adaptación del espacio público a las nuevas condiciones del barrio, se han realizado bajo otra lógica. Por un lado, las aceras de las principales avenidas del barrio se encontraban desde un inicio dotadas de buena iluminación y aceras de baldosas ya que, en general, el pericentro de la ciudad de Santiago, sobre todo en el llamado Cono de Alta Renta²⁰, se planificó y construyó así desde un inicio. Sin embargo, lo que se genera finalmente es un híbrido a través de la figura de la galería comercial, pues las antiguas bodegas, factorías y casonas se subdividen en espacios con varias tiendas, dando origen a un espacio privado que se extiende como público (Figura 1).

Al tratarse de tiendas, locales, cafeterías y restaurantes muy especializados, que apuntan a un público determinado, es como surge la necesidad de agruparse, con el fin de realizar demandas y organizarse adecuadamente con las autoridades, así como realizar actuaciones que vayan en beneficio de todos los participantes. En este sentido, las agrupaciones se conforman en torno al territorio (en este caso, el barrio) y no en torno a un gremio determinado (Figura 2).

La desintegración entre los actores encargados de planificar y diseñar el espacio público y aquellos del mundo empresarial, genera finalmente dinámicas espaciales que no se condicen del todo con las verdaderas necesidades a las que apuntan las transformaciones del barrio. Asimismo, no está demás mencionar que, a pesar de la revitalización (es decir, su uso por parte de las personas, pero no acompañada de remodelación) que ha gozado el espacio público del Barrio Italia, el proceso de gentrificación ha generado otro tipo de consecuencias negativas, entre las que se encuentra el fuerte encarecimiento del valor del suelo, la saturación de determinados servicios, la excesiva densificación residencial en algunas áreas (principalmente aquellas que se rigen bajo la normativa municipal de Ñuñoa) y la expulsión de habitantes originales. Dichos habitantes, se dividen en dos categorías: en un primer lugar aquellos residentes que no pueden seguir pagando un alquiler e impuestos territoriales cada vez más altos, y aquellos antiguos locatarios que sufren estas mismas inclemencias, sumadas a otras como el aumento del valor de las patentes comerciales, o la pérdida de su clientela “de toda la vida”. Así, claramente es más rentable para el mercado, la instalación de este nuevo “comercio auténtico”, que surge de los procesos de destrucción creativa y consolidación del barrio por su producción artística y cultural (Schumpeter, 1976; Schlack y Turnbull, 2011).

²⁰ Se le denomina Cono de Alta Renta a aquella área de la ciudad de Santiago compuesta por las administraciones territoriales de Las Condes, Vitacura, Lo Barnechea, La Reina y Ñuñoa. Se caracteriza por ser el sector de la ciudad en las que se han asentado desde el primer tercio del siglo XX las clases más acomodadas, concentrando así la mayor masa de comercio y servicios, lo que constituye una continuación del centro en términos financieros y comerciales en torno a los ejes de Providencia y Apoquindo. Además, se trata del área que posee los mayores valores de suelo urbano en términos de precio.



Figura 1. Vista interior de las modernas galerías comerciales, que agrupan principalmente, tiendas de diseño innovadoras y cafeterías. Hacia el exterior, conservan las antiguas fachadas restauradas. Fuente: Archivo personal del autor. Agosto de 2016.



Figura 2. Logos de la asociación gremial de comerciantes, dispuestos en distintas partes del barrio. Fuente: Archivo personal del autor. Agosto de 2016.

3. Apuntes de la des-territorialización y una gentrificación comercial con enfoque de género: el caso de Itaewon, Seúl (Corea del Sur)

La ciudad de Seúl corresponde a la capital de Corea del Sur. En general, los procesos urbanos de dicho país son de reciente data, dada la complejidad histórica que presenta en términos políticos y económicos. Sin embargo, el rápido y fuerte crecimiento económico experimentado, ha permitido la modernización y el crecimiento tanto horizontal como en altura de su principal conurbación.

En este sentido, la ciudad de Seúl no ha estado exenta de procesos de renovación urbana, la cual se tiende a asociar a la generación de una nueva cultura de la juventud, lo que ha venido acompañada de cierta promoción estatal. Ejemplo de ello, es lo que ha sucedido en el distrito de Itaewon, localizado cerca del centro geográfico de la ciudad. (Park, 2005). De acuerdo con diversa literatura, dicho barrio se caracteriza especialmente por su cercanía a la base militar de los Estados

Unidos, lo cual le ha dado cierto tinte de “des-territorializada”, sufriendo además diversos procesos culturales, como la apropiación por parte de personas de religión musulmana (Lee, Yoon, Kim & June, 2008). Sin embargo, y a pesar de lo anterior, Itaewon se caracteriza por ser un área dedicada especialmente al comercio más que a la residencia, estando rodeado de cafeterías de especialidad y restaurantes que ofrecen principalmente comida internacional, con una dinámica particular durante las noches. Es relevante, entonces, su localización próxima a la estación de metro de Itaewon y la calle Itaweon Ro, que concentra una gran cantidad de servicios de proximidad, pequeñas tiendas de los más diversos rubros y particularmente, negocios dedicados al turista. Asimismo, las calles interiores están pobladas además de hostales, servicios de alojamiento de diverso nivel de servicio y oficinas de rubros creativos (Figura 3).



Figura 3: Florería y cafetería de especialidad localizada en una calle interior de Itaewon
Fuente: Archivo personal del autor. Febrero de 2017.

El paisaje actual es caracterizado por Kim (2016) como un espacio “desterritorializado”, ya que se orienta exclusivamente a brindar servicios a quienes visitan la ciudad y a personas migrantes

Sin embargo, el paisaje actual es caracterizado por Kim (2016) como un espacio “desterritorializado”, ya que se orienta exclusivamente a brindar servicios a quienes visitan la ciudad y a personas migrantes, sin ser considerado como un territorio que concentre población residente, así como dinámicas propiamente coreanas. Es considerado como un espacio de libertad y diversidad, por lo que resulta especialmente atractiva para la comunidad internacional residente en Seúl, situación que se ha cristalizado incluso en canciones populares como “Itaewon freedom” de la banda UV.

El desarrollo del barrio, entonces, se sustenta en procesos de carácter neoliberal, donde las actividades secundarias se reemplazaron por aquellas del sector terciario, dando origen además a “la clase creativa” (Florida, 2002), la cual “disfruta el flujo cultural del ambiente, dependiendo en labores no creativas

(...), en un contexto de emprendimientos culturales que reflejan la importancia de sus roles como artistas y empresarios al mismo tiempo” (Kim, 2016:134).

Los emprendimientos culturales de Itaewon comenzaron a desarrollarse a partir del año 2010, posterior a tres procesos descritos por (Kim, 2016): (1) la promoción cultural por parte del Gobierno Metropolitano de Seúl desde la década del 2000, (2) la llegada de artistas desde otras áreas de la ciudad, que vieron una buena alternativa en Itaewon por sus menores valores del suelo, y (3) un proyecto de regeneración urbana llevado a cabo por el Gobierno Metropolitano de Seúl en 2012, con apoyo directo a pequeños empresarios, programas de bienestar y actividades culturales para residentes.

El distrito se subdivide en distintos sectores, los cuales han experimentado procesos diferentes. De acuerdo con Kim (2016), por ejemplo Usadan se caracteriza por tratarse todavía de una zona de baja renta, con la ventaja de su localización central, lo que lo convierte en especialmente atractivo para población joven, personas musulmanas que acuden a la Mezquita Central de Seúl y artistas que han abierto sus talleres en las proximidades. Sin embargo, otras áreas del distrito han sufrido fuertes alzas en los valores del suelo, sobre todo aquellas que tienen mayor explotación turística y comercial. Un fenómeno que resulta especialmente interesante consiste en la denominada “ladification”, es decir, una gentrificación con enfoque de género, la cual es expuesta por el sitio web deconstructingkorea.com. Se trata, entonces, de una renovación comercial, en la cual se instalan tiendas y servicios destinados exclusivamente al género femenino (Figura 4).

Un fenómeno que resulta especialmente interesante consiste en la denominada “ladification”, es decir, una gentrificación con enfoque de género



Figura 4: Tiendas destinadas al público femenino en Itaewon, Seúl
Fuente: Archivo personal del autor: Febrero de 2017.

Itaewon ha resultado interesante para este tipo de emprendimientos puesto que “comparado con los bloques de departamentos que componen Seúl, donde la mayor parte de las generaciones jóvenes se criaron, las casas y construcciones históricas de Itaewon proporcionan un sentimiento de pueblo” (Kim, 2016:139).

En este sentido, si bien ha habido una fuerte activación del uso del espacio público urbano gracias a la apertura de locales de diversa categoría, es necesario destacar que no ha venido acompañado de una política urbana de mejoramiento del mismo. Es decir, si bien efectivamente la administración pública ha actuado como una de las mayores activadoras del proceso de gentrificación y renovación del distrito de Itaewon, dicha actuación no ha sido integral, y no ha considerado el mejoramiento de las calles interiores del barrio. Así, las principales avenidas, efectivamente cuentan con el equipamiento necesario, estando dotadas de buenas aceras que permiten una buena experiencia de compra. Sin embargo, los locales de corte más “auténtico”, restaurantes, cafeterías, así como los talleres de artistas, se localizan en calles interiores, las cuales por su antigüedad, se han destinado principalmente a la circulación vehicular, sin contar con aceras o espacios para la movilidad peatonal, la interacción, o la colocación de terrazas para los mismos restaurantes (Figura 5).



Figura 5. Panorama del espacio público al interior de las calles del distrito de Itaewon
Archivo personal del autor. Febrero de 2017.

De acuerdo con lo anterior, se genera una competencia por el uso del espacio entre peatones y automovilistas, en un área de gran efervescencia cultural y uso efectivo del territorio por parte de las personas. Las actuaciones realizadas en Itaewon tampoco han venido acompañadas de la colocación de veredas en las calles más pequeñas, o eventualmente, la promoción de su peatonalización. Así, el barrio queda en una situación híbrida, con un espacio público que goza de un uso muy intensivo, una ajetreada vida comercial tanto durante el día como en las noches, pero sin la infraestructura necesaria como para que esas interacciones de produzcan de la forma más adecuada.

4. Conclusiones y reflexiones finales

Como se ha podido analizar a lo largo del presente trabajo, el espacio público urbano corresponde a la principal plataforma de

El barrio queda en una situación híbrida, con un espacio público que goza de un uso muy intensivo, una ajetreada vida comercial tanto durante el día como en las noches

interacción social que presentan las ciudades. Por motivo de lo anterior, es que resulta imprescindible para su sostenibilidad en el tiempo, el realizar actuaciones e inversiones que favorezcan su cantidad y calidad, dependiendo del uso que hagan los colectivos que lo habitan, así como el que se quiere promover desde las administraciones locales.

Los procesos de gentrificación, a pesar de su fuerte connotación negativa a partir del desplazamiento y la negación del Derecho a la Ciudad para algunos colectivos sociales, también presentan una oportunidad para el mejoramiento de las ciudades.

En Chile, los procesos urbanos se dan en un contexto meramente neoliberal, al existir una actitud más bien reaccionaria por parte de las administraciones locales, quienes realizan ordenanzas específicas y modificaciones a los planes reguladores con el fin de favorecer los procesos ya desatados. En Corea del Sur, por el contrario, los procesos en sí mismo son promovidos a través de políticas de los Gobiernos Metropolitanos, lo que permite por un lado, proteger a aquellos grupos que podrían verse desfavorecidos, mientras que por otro, los cambios son planificados y vienen acompañados de actuaciones directas. Sin embargo, y a pesar de esta situación, el caso de Itaewon no consideró mejoras sustanciales al espacio público, la peatonalización de determinadas áreas o la articulación física de elementos que permitan potenciar el nuevo comercio que apareció en el barrio.

Así, queda en evidencia que los procesos de gentrificación comercial contemplan un uso más intensivo de los espacios públicos, reorientando la calle para el peatón e incluyendo nuevas actividades como la instalación de terrazas y escaparates para exhibir productos.

Finalmente, resulta necesario que los organismos de la administración pública encargados de la planificación urbana y territorial en general se hagan cargo de monitorear los cambios que suceden a través del tiempo en caso de que sean impulsados por el mercado, y que a su vez, se encarguen de promover actuaciones de carácter integral en caso de que sean promovidos por estas mismas agencias.

Referencias

- Bauman, Z. (1999). *Modernidad líquida y fragilidad humana*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Borja, J; Muxí, Z. (2000). *Espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona.
- Borsdorf, A. (2003). Cómo modelar el desarrollo y la dinámica de la ciudad latinoamericana. *Eure* N° 29 (86), pp. 37-49.
- Butler, T. y C. Hamnett (1994). Gentrification, Class and Gender: Some Comments on Warde's Gentrification as Consumption. *Environment and Planning: Society and Space*, N° 12, pp. 477 - 493.
- Ciccolella, P. (1999). Globalización y dualización en la Región Metropolitana de Buenos Aires: Grandes Inversiones y Reestructuración Socioterritorial en los Años Noventa. *EURE*, Vol. 76, N°25, pp. 5 - 27.

- Delgado, M. (2011). *El espacio público como ideología*. La Catarata: Madrid.
- Florida, R. (2000). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Hamnett, C. (1991). The blind men and the elephant: the explanation of gentrification. *Transactions of the Institute of British Geographers*, New Series N°16, pp. 173 -189
- Harvey, D. (2013). *Ciudades Rebeldes: Del Derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Madrid:Akal.
- Inzulza-Contardo, J. y X. Galleguillos (2014). Latino gentrificación y polarización: transformaciones socioespaciales en barrios pericentrales y periféricos de Santiago, Chile. *Revista de Geografía Norte Grande*, N°58. pp. 135 – 159.
- Kim, J.Y. (2016). Cultural entrepreneurs and urban regeneration in Itaewon, Seoul. *Cities*, 56, 132-140.
- Lee, H.S., K.J.Yoon, H.I. Kim & Y.H. June. (2008). A study of Islamization of Itaweon district in Seoul. *Korean Islam Academy*, 18, 47-86.
- Lees, L., T. Slater y E. Wyly. (2008). *Gentrification*. New York y London: Routledge.
- León Balza, S. F. (1998). Conceptos sobre espacio público, gestión de proyectos y lógica social: reflexiones sobre la experiencia chilena. *EURE (Santiago)*, 24(71), 27-36.
- Park, J.G. (2005). *Strategies for Itaewon special tourism zone responding to relocation of U.S. army bases*. Seoul Development Institute.
- Perahia, R. (2007). Las ciudades y su espacio público. *IX Coloquio Internacional de Geocrítica. Los problemas del mundo actual soluciones y alternativas desde la geografía y las ciencias sociales*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Sabatini, F. (2000). Reforma de los mercados de suelo en Santiago, Chile: efectos sobre los precios de la tierra y la segregación residencial. *EURE*. Vol. 26, N°77.
- Schlack, E. y N. Turnbull (2009). La colonización de barrios céntricos por artistas. *Revista 180*, (24), 2-5.
- Schlack, E. y N. Turnbull (2011). Capitalizando lugares auténticos: artistas y emprendimientos en la regeneración urbana. *ARQ* N°79. pp. 28-36.
- Schumpeter, J.A. (1976) *Capitalism, socialism and democracy*. London: Routledge.
- Smith, N. y P. Williams (1986). *Gentrification of the City*. London: Routledge.
- Wyly, E. K., y Hammel, D.J. (1999). Islands of decay in seas of renewal: Housing policy and the resurgence of gentrification. *Housing Policy Debate*, 10(4), pp. 711–771.
- Zukin, S. (1995). *The culture of cities*. UK: Blackwell.